

ABSTRAKSI

Banyaknya supermarket yang ada di Surabaya saat ini menyebabkan terjadinya persaingan yang ketat antar supermarket dalam meraih konsumen. Masing-masing berusaha untuk memaksimalkan kepuasan konsumen agar konsumen menjadi loyal.

PT Putra Serasi Pioneerindo adalah perusahaan yang bergerak di bidang usaha supermarket dengan nama TOP'S. Selama ini pihak manajemen supermarket berusaha untuk menanamkan image bahwa mereka bias memberikan pelayanan dan menyediakan produk yang lebih berkualitas dengan mottonya 'Serving You Better'. Salah satu usahanya adalah dengan melakukan diferensiasi produk non makanan. Pihak manajemen ingin mengetahui bagaimana perilaku dan persepsi konsumen terhadap pembelian produk non makanan, karena produk non makanan ini bisa digunakan sebagai potensial profit dan memperkuat positioning dari Supermarket TOP'S.

Melalui penelitian Tugas Akhir ini, penulis berusaha menganalisis bagaimana perilaku dan persepsi konsumen terhadap pembelian produk non makanan serta mencari produk yang potensial untuk dikembangkan di masa depan. Penelitian dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang berbelanja di Supermarket TOP'S Plasa Marina dan Pondok Tjandra. Analisis yang dilakukan antara lain analisis deskriptif, analisis korelasi, analisis crosstabs dan analisis manova.

Dari pengolahan dan analisis deskriptif awal dapat diketahui latar belakang konsumen Supermarket TOP'S secara umum beserta tingkat keseringan membeli, banyak pilihan dan kesesuaian image. Dari analisis korelasi didapatkan produk yang berkorelasi antara tingkat keseringan membeli dengan banyak pilihan adalah produk alat rumah tangga dan alat pertukangan. Sedangkan produk yang berkorelasi antara tingkat keseringan membeli dengan kesesuaian image adalah alat tulis dan kantor. Selain itu dilakukan analisis Crosstabs untuk mengetahui ketergantungan antara cluster dengan variabel kualitatif yang terbentuk dimana cluster 1 adalah responden TOP'S Plasa Marina dan cluster 2 adalah responden TOP'S Pondok Tjandra. Setelah itu dilakukan analisis Manova untuk mengetahui beda tingkat keseringan membeli, banyak pilihan dan kesesuaian image dimana didapatkan bahwa responden TOP'S Pondok Tjandra mempunyai tingkat keseringan membeli, persepsi mengenai banyak pilihan dan persepsi mengenai kesesuaian image lebih tinggi daripada responden TOP'S Pondok Tjandra. Setelah pengolahan dan analisis data selesai dilakukan maka diberikan suatu rekomendasi mengenai produk mana yang potensial untuk dikembangkan di masing-masing supermarket.

Hasil dari analisis ini diharapkan dapat menjadi masukan yang berguna bagi pihak manajemen untuk dapat menentukan kombinasi produk non makanan yang tepat sehingga konsumen menjadi puas dan loyal.