

ABSTRACT

The purpose of this research is to discover whether there is any difference of the choosing behaviour in minimarket in Surabaya. The study in this research uses 4 variable which are product varieties, facilities of the outlets, service, and correlation in Indomaret and Alfamart between gender and age. Minimarket gives functional advantages and influences to the choosing behaviour of the consumers.

This research uses primary data which is obtained from 200 respondent through question-spreadout. The population target in this research is customers who have visited and shopped in a small retail in Surabaya. Uji Anova is used as the data processing method.

From this research, it can be determined that there is a significant difference from 4 choosing behaviour variables which is based on gender at Indomaret. The result defines that there is a differential of choosing behaviour between man and woman on the availability of product varieties, fine nuance of the store, fine services, social interactions and subtle attention at Indomaret.

Keywords: Choosing Behaviour, Small Retail, Gender, and age

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya perbedaan perilaku memilih di minimarket surabaya yang meliputi 4 variabel yaitu keragaman produk, fasilitas outlet, layanan, dan hubungan di Indomaret dan Alfamart berdasarkan gender dan usia. Minimarket memberikan manfaat fungsional dan mempengaruhi perilaku memilih konsumen.

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer , yaitu data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner sebanyak 200 responden. Target populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah mengunjungi dan berbelanja di *small retail* Surabaya. Uji Anova digunakan untuk pengolahan data dalam penelitian ini.

Dari hasil penelitian didapatkan hasil bahwa terdapat perbedaan yang signifikan dari 4 variabel perilaku memilih berdasarkan gender di Indomaret. Artinya pada Indomaret terdapat perbedaan perilaku memilih antara pria dan wanita terhadap tersedianya keragaman produk, lingkungan toko yang nyaman, adanya fasilitas bantuan, terdapatnya interaksi sosial dan perhatian khusus.

Kata Kunci: Perilaku Memilih, *Small Retail*, Gender, Usia