

ABSTRAKSI

Seiring dengan semakin banyaknya pengusaha retail seperti supermarket, membuat persaingan diantara mereka semakin ketat. Mereka berlomba-lomba untuk mendapatkan konsumen dan memperluas pasar yang mereka punyai dengan usaha-usaha yang dianggap terbaik bagi perusahaan mereka.

Persaingan tersebut membuat para konsumen semakin jeli dalam memnetukan dimana mereka harus berbelanja untuk membeli barang kebutuhan mereka sehari-hari. Mereka berlomba untuk mencari harga yang murah dan menawarkan produk yang lengkap, sehingga mereka tidak perlu repot-repot untuk harus pergi ke tempat lain bila produk yang mereka cari tidak ada.

Supermarket Hero yang mempunyai *image* di mata konsumen mereka, dengan produknya yang mahal akan mungkin sekali mengalami hambatan dalam perkembangannya, mengingat konsumen yang semakin kritis terhadap harga dari produk yang ditawarkan kepada mereka.

Hal ini dapat terjadi karena pihak supermarket kurang memahami perilaku dari konsumen mereka, terutama untuk yang berada di pusat perbelanjaan seperti Tunjungan Plaza, dimana harga bisa menjadi prioritas mereka. Untuk itu hendaknya pihak Supermarket Hero agar dapat lebih mengetahui perilaku dari konsumen mereka dan mencari perbedaan yang terjadi dari konsumen mereka yang berbelanja di supermarket yang berada di pusat perbelanjaan dengan yang berada pada tempat yang berdiri sendiri.

Dari hasil pengolahan data, didapat bahwa kebanyakan dari konsumen Supermarket Hero adalah para pelajar/mahasiswa dan alasan utama mereka dalam berbelanja adalah sekalian refresing/jalan-jalan dan mereka lebih peka terhadap harga. Dan untuk konsumen Hero Mayjend Sungkono, mayoritas adalah para ibu rumah tangga dan alasan mereka berbelanja adalah karena kebiasaan belanja tiap bulan, dan konsumen dari Supermarket Hero Mayjend Sungkono ini berbelanja lebih banyak jenis produk dan volume yang lebih besar bila dibandingkan dengan konsumen Supermarket Hero Tunjungan Plaza.

Diharapkan dengan mengetahui perbedaan perilaku konsumen yang ada, pihak supermarket dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk masing-masing dari konsumen yang mereka punyai. Sehingga dengan strategi pemasaran yang ada, kepuasan konsumen dari masing-masing tempat tersebut dapat tercapai. Dan dengan tercapainya kepuasan dari konsumen maka akan dapat menimbulkan loyalitas dari konsumen yang ada.

Hasil yang diperoleh, diharapkan dapat menjadi masukan yang berguna bagi pihak Supermarket Hero.