

**ANALISIS *RETAIL MIX*: PERSAINGAN BISNIS
CONVENIENCE STORE DAN MINIMARKET DI
JABODETABEK**

TUGAS AKHIR



ASEP BAGUS JUNIARSO

1141001089

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2018**

**ANALISIS *RETAIL MIX*: PERSAINGAN BISNIS
CONVENIENCE STORE DAN MINIMARKET DI
JABODETABEK**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**



ASEP BAGUS JUNIARSO

1141001089


**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2018**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan benar.**

Nama : Asep Bagus Juniarso

NIM : 1141001089

Tanda Tangan : 

Tanggal : 21 Agustus 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Asep Bagus Juniarso

NIM : 1141001089

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Analisis *Retail Mix*: Persaingan Bisnis *Convenience Store*
dan Minimarket di Jabodetabek

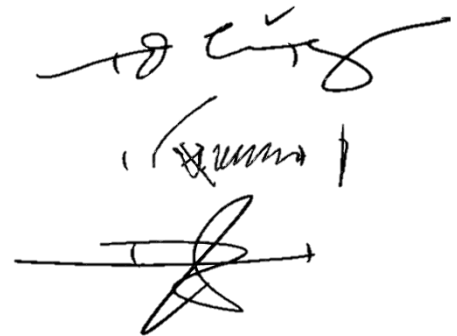
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Pembahas dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada program studi Manajemen, Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Holila Hatta, S.Pd., M.M.

Penguji I : Ir. Gunardi Endro, Ph.D

Penguji II : Anon Kuswardono, SE, MBA



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 21 Agustus 2018

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah Subhanahu Wata'ala karena atas rahmat-Nya peneliti mampu menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “**Analisis Retail Mix: Persaingan Bisnis Convenience Store dan Minimarket di Jabodetabek**” sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Dalam menyelesaikan penyusunan laporan tugas akhir ini, peneliti mendapatkan banyak dukungan dari berbagai pihak, terutama orangtua dan keluarga peneliti. Semangat dan motivasi yang diberikan keluarga serta teman-teman peneliti menjadi motivasi terbesar bagi peneliti untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

Selain itu, peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan mendampingi peneliti selama pelaksanaan tugas akhir, diantaranya:

1. Bapak Agus Suswanto, Ibu Septi Mariana, dan Gusti Anggita Putri sebagai keluarga peneliti yang selalu mendukung dan mendoakan peneliti dalam bentuk apapun, kapanpun, dan dimanapun.
2. Ibu Holila Hatta, S.Pd., M.M. selaku dosen pembimbing tugas akhir yang selalu sabar dan menyediakan waktu berharga untuk memberikan arahan, saran dan banyak masukan dalam bentuk apapun kepada peneliti sehingga mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Bapak Ir. Gunardi Endro, Ph.D sebagai dosen pembahas sekaligus penguji dalam sidang akhir yang telah memberikan masukan sehingga proposal tugas akhir bisa dilanjutkan hingga tahap akhir.
4. Bapak Anon Kuswardono, SE, MBA. sebagai dosen penguji sidang akhir yang telah memberikan kritikan dan saran untuk perbaikan penulisan tugas akhir sehingga menjadi lebih baik.
5. Seluruh dosen dan staf Prodi Manajemen Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada peneliti.

6. Teman-teman “Wicaksono” (Nur Fiqrianto, M. Rizki Okseviano, M. Ravy AlHafiz, Intan Permatasari, Putrie Intan, Fattimah Azzahra, Maulida Azmi, Khaira Annisa, Gita Oktapiana dan Aisyah Aziz) yang selalu menyemangati dan memberikan saran selama proses penyusunan tugas akhir.
7. Quarto Nanda Alfikri, Ricky Rachmatullah Elka, Nova Arandika, Nur Islami Tanjung, Intan Permatasari, Aslan Akbar dan teman-teman “Basmala UB” yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Teman-teman Prodi Manajemen angkatan 2014 yang selalu memberikan dukungan dan semangat satu sama lain.
9. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu dan telah membantu memberikan arahan, kritik, dan saran, dalam penyusunan tugas akhir ini.

Peneliti menyadari betul bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih memiliki banyak kekurangan. Namun demikian, peneliti mengharapkan kritik, saran, dan masukan yang dapat membangun untuk menyempurnakan Tugas Akhir ini. Semoga segala kebaikan dibalas dengan pahala yang berlipat oleh Allah *azza wa jalla*.

Jakarta, Agustus 2018

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Asep Bagus Juniarso
NIM : 1141001089
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Penelitian Kuantitatif

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

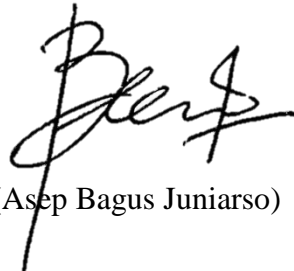
ANALISIS *RETAIL MIX*: PERSAINGAN BISNIS *CONVENIENCE STORE* DAN MINIMARKET DI JABODETABEK

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 21 Agustus 2018

Yang menyatakan



(Asep Bagus Juniarso)

**ANALISIS *RETAIL MIX*: PERSAINGAN BISNIS *CONVENIENCE STORE*
DAN MINIMARKET DI JABODETABEK**

Asep Bagus Juniarso

ABSTRAK

Industri Ritel di Indonesia dihebohkan dengan tutupnya *Convenience Store* 7-Eleven yang digadang-gadang akan menjadi bisnis besar yang terus akan berkembang. Seiring dengan tutupnya bisnis 7-Eleven, perlahan-lahan bisnis *Convenience Store* lain pun turut ikut mengalami kemunduran dan sampai saat ini hanya beberapa toko *Convenience Store* yang masih bertahan. Sementara disisi lain, Minimarket yang dianggap sebagai pesaing bisnis ini masih mampu bertahan, bahkan saat ini terus mengalami perkembangan seiring banyak ditutupnya bisnis *Convenience Store*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis berdasarkan persepsi konsumen, bagaimana pandangan mereka terhadap unsur-unsur *marketing (retail mix)* yang diterapkan oleh masing-masing toko. Penelitian ini menggunakan Uji Tabulasi Silang (*Crosstabulation*), Distribusi Frekuensi, dan Analisis Perbandingan Pasangan (*Paired Comparison*). Hasil dari penelitian ini, 53 % dari 100 orang responden memberikan penilaian yang lebih tinggi kepada Minimarket, sementara 40 orang memberikan penilaian yang lebih tinggi kepada *Convenience Store*, dan sisanya memberikan penilaian yang sama antara kedua toko tersebut.

Kata Kunci: *Convenience Store*, Minimarket, Persepsi Konsumen, *Retail Mix*

**RETAIL MIX ANALYSIS: CONVENIENCE STORE BUSINESS
COMPETITION AGAINST MINIMARKET IN JABODETABEK**

Asep Bagus Juniarso

ABSTRACT

Retail industry in Indonesia is surprised by the 7-Eleven Convenience Store which said to be a big business that will continue growing. Along with the close of the 7-Eleven business, slowly the business of other Convenience Store also took part in decline and until now only a few convenience store stores that still survive. While on the other hand, Minimarket which considered as a business competitor is still able to survive, even today continue to experience developments while many Convenience Stores closed their business. This research aims to analyze based on consumer perceptions, how their point of views on the elements of marketing (retail mix) applied by each store. This research is using Cross Tabulation Test (Cross Tabulation), Frequency Distribution, and Paired Comparison Analysis. The results of this research, 53% of 100 respondents gave a higher score to Minimarket, while 40 people gave higher score to the Convenience Store, and the rest gave the same score between the two stores.

Keywords: *Consumer Perception, Convenience Store, Minimarket, Retail Mix*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GRAFIK	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	1
BAB I PENDAHULUAN.....	2
1.1 Latar Belakang Masalah	2
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Industri <i>Retail</i>	6
2.1.1 Pengertian Industri <i>Retail</i>	6
2.1.2 Jenis Industri <i>Retail</i>	6
2.2 <i>Retail Mix</i>	9
2.2.1 Pengertian <i>Retail Mix</i>	9
2.2.2 Unsur <i>Marketing Retail Mix</i>	9
2.3 Persepsi Konsumen	15
2.3.1 Pengertian Persepsi Konsumen	15
2.4 Perilaku Konsumen	15
2.4.1 Pengertian Perilaku Konsumen	15
2.4.2 Aspek-aspek Perilaku Konsumen	16

2.5	Hubungan Bauran Eceran (<i>Retailing mix</i>) Terhadap Persepsi Konsumen	17
2.6	Tinjauan Penelitian Terdahulu	17
2.7	Kerangka Pemikiran	20
BAB III METODE PENELITIAN		21
3.1	Metode Penelitian	21
3.2	Populasi dan Sampel	21
3.2.1	Populasi	21
3.2.2	Sampel	22
3.3	Pengumpulan Data	22
3.3.1	Sumber Data	22
3.3.2	Metode Pengumpulan Data	23
3.4	Variabel Penelitian dan Pengukurannya	24
3.4.1	Variabel Penelitian	24
3.4.2	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	24
3.5	Analisis Deskriptif	27
3.5.1	Distribusi Frekuensi	27
3.5.2	Tabulasi Silang (<i>Crosstabulation</i>)	28
3.5.3	<i>Paired Sample T-test</i>	28
3.5.4	Uji Keragaman	29
3.5.5	Analisis Perbandingan Pasangan (<i>Paired Comparison Analysis</i>)	29
3.6	Uji Instrumen Penelitian	29
3.6.1	Uji Validitas	29
3.6.2	Uji Reliabilitas	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		31
4.1	Analisis Karakteristik Responden	31
4.2	<i>Pre-test</i> Responden	32
4.3	Demografi Responden	34
4.3.1	Uji Tabulasi Silang (<i>Crosstab</i>)	34
4.4	Analisis Statistik	41
4.4.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	41
4.4.2	Distribusi Frekuensi	43

4.5	Analisis Perbandingan Nilai	46
4.5.1	Perbandingan Nilai Rata – Rata	46
4.5.2	Analisis Perbandingan Pasangan (<i>Paired Comparison Analysis</i>)....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		78
5.1	Kesimpulan.....	78
5.2	Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA		80
LAMPIRAN.....		83

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Jenis Kelamin Terhadap Penilaian Toko	35
Grafik 4.2. Jenis Kelamin Terhadap Penilaian Toko	36
Grafik 4.3. Kota Domisili Terhadap Penilaian Toko	37
Grafik 4. 4. Pekerjaan Terhadap Penilaian Toko	38
Grafik 4. 5. Penghasilan Terhadap Penilaian	39
Grafik 4. 6. Pendidikan Terakhir Terhadap Penilaian Toko	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	20
Gambar 3.1. Langkah-langkah Menyusun Distribusi Frekuensi	27

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran Convenience Store	25
Tabel 3.2. Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran Minimarket.....	26
Tabel 4.1. <i>Screening</i> Responden.....	31
Tabel 4.2. Demografi Responden.....	31
Tabel 4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Convenience Store</i>	33
Tabel 4.4. Uji Validitas dan Reliabilitas Minimarket	33
Tabel 4.5. Tabulasi Silang Jenis Kelamin	34
Tabel 4.6. Tabulasi Silang Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4.7. Tabulasi Silang Kota Domisili.....	37
Tabel 4.8. Tabulasi Silang Pekerjaan	38
Tabel 4.9. Tabulasi Silang Penghasilan per Bulan.....	39
Tabel 4.10. Tabulasi Silang Pendidikan Terakhir	40
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas <i>Convenience Store</i>	42
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Minimarket.....	43
Tabel 4.13. Distribusi Frekuensi <i>Convenience Store</i>	44
Tabel 4.14. Distribusi Frekuensi Minimarket	45
Tabel 4.15. Hasil Uji <i>Paired Sample T-Test Retail Mix</i>	47
Tabel 4.16. Perbandingan Rata-Rata Produk	48
Tabel 4.17. Hasil Perbandingan Rata-Rata Harga	52
Tabel 4.18. Hasil Perbandingan Rata-Rata Lokasi	56
Tabel 4.19. Hasil Perbandingan Rata-Rata Promosi.....	59
Tabel 4.20. Hasil Perbandingan Rata-Rata Presentasi	63
Tabel 4.21. Hasil Perbandingan Rata-Rata Pelayanan.....	67
Tabel 4.22. <i>Paired Comparison Convenience Store</i>	74
Tabel 4.23. <i>Paired Comparison</i> Minimarket	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	83
Lampiran 2 Hasil Pre-test Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Convenience Store</i>	87
Lampiran 3 Hasil Pre-test Uji Validitas dan Reliabilitas Minimarket	90
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Convenience Store</i> 100 Responden	93
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Minimarket 100 Responden.....	95
Lampiran 6 Hasil Uji Crosstabulation	99
Lampiran 7 Hasil Uji Compare Mean.....	104
Lampiran 8 Hasil T-test <i>Retail Mix</i>	144