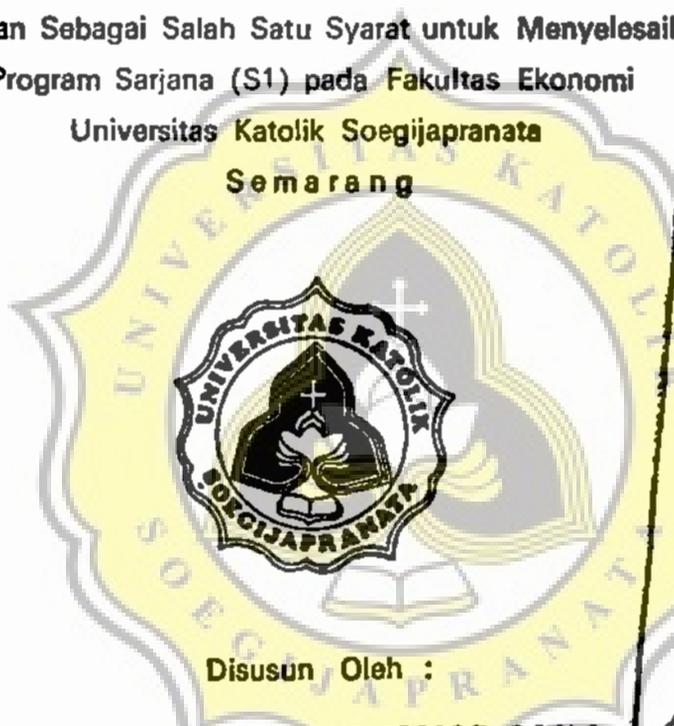


# PERSEPSI KONSUMEN TENTANG RETAILING MIX PADA PASAR SWALAYAN TONG HIEN SEMARANG

## SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan  
Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Katolik Soegijapranata  
Semarang



Disusun Oleh :

Nama : OEI HONG LIEM  
NIM : 94.30.1882  
NIRM : 95.6.111.02016.50004  
Jurusan : Manajemen

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA		
No. B.H.	699/e/c/s	
Th. Angg.	18-11-99	
PARAP.	[Signature]	

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
1999

HALAMAN PERSETUJUAN

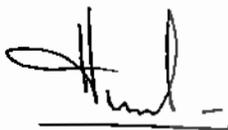
NAMA : OEI HONG LIEM  
NIM : 94.30.1882  
NIRM : 95.6.111.02016.50004  
FAKULTAS : EKONOMI MANAJEMEN  
JUDUL : PERSEPSI KONSUMEN TENTANG RETAILING MIX  
PADA PASAR SWALAYAN TONG HIEN SEMARANG.

Disetujui di : Semarang

Pada Tanggal :

Pembimbing I

Pembimbing II



( Drs. Heru Sutantio )

( A. Haryo Perwito, SE )

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

**Judul Skripsi : PERSEPSI KONSUMEN TENTANG RETAILING MIX  
PADA PASAR SWALAYAN TONG HIEN SEMARANG**

Telah diuji dan dipertahankan di hadapan Dewan Penguji pada :

Hari : Sabtu  
Tanggal : 21 Agustus 1999

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Koordinator Penguji



( Dra. Retno Yustini, MSi )

Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Katolik Soegijapranata



( Komala Inggarwati, SE, MM )

## ABSTRAKSI

Semakin banyaknya konsumen dan keanekaragaman keinginan konsumen serta tingginya persaingan menyebabkan semakin berkembangnya pemikiran perusahaan untuk berusaha memperoleh laba dalam jangka panjang. Langkah yang dilakukan perusahaan antara lain memperluas pasar, meningkatkan kualitas produk, menurunkan harga, meningkatkan efektivitas dan efisiensi, serta memperbaiki saluran distribusi dan lain, sebagainya. Kegiatan distribusi merupakan salah satu kegiatan pokok dalam setiap sistem perekonomian. Kegiatan distribusi adalah kegiatan memindahkan barang dari produsen ke konsumen. Dalam hal saluran distribusi, suatu perusahaan dapat langsung memasarkan produknya melalui pedagang eceran, atau dapat pula melalui grosir.

Keinginan dan kebutuhan konsumen makin lama makin kompleks sehingga memunculkan bisnis eceran dalam skala besar. Supermarket, toserba, pasar swalayan, pasar raya dan sebagainya, menurut Departemen Perdagangan merupakan bisnis eceran skala besar di Indonesia dengan modal lebih dari Rp 100.000.000,00. Toserba (department store) adalah lembaga usaha eceran dalam skala besar yang melakukan fungsi niaga yang cukup lengkap dan memperdagangkan barang yang bervariasi. Sedangkan supermarket (pasar swalayan) adalah lembaga usaha eceran yang berskala besar yang khusus menjual makanan dan atau kebutuhan sehari-hari (Prisma, 1987 : 24).

Pasar swalayan Tong Hien merupakan supermarket yang menyediakan bermacam-macam kebutuhan sehari-hari yang dibutuhkan oleh banyak masyarakat, baik itu makanan dan minuman atau kebutuhan sehari-hari lainnya, pasar swalayan ini bergerak dalam usaha eceran yang dapat dirasakan secara langsung oleh konsumen.

Di dalam pembuatan penelitian ini penulis mengadakan penelitian pada Pasar Swalayan Tong Hien, Semarang karena pasar swalayan tersebut dalam keadaan krisis ekonomi yang melanda di Indonesia masih banyak konsumen yang berdatangan untuk melakukan pembelian di pasar swalayan Tong Hien. Pasar Swalayan Tong Hien berada di jalan Sultan Agung no : 61 Semarang.

Dari konsumen yang melakukan pembelian di pasar swalayan Tong Hien yang setiap minggunya rata-rata berjumlah 900 orang. Dari 900 orang tersebut dijadikan populasi oleh peneliti dan mengambil 100 responden yang dijadikan sampel untuk mewakili populasi tersebut.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer diperoleh dengan cara membagikan daftar pertanyaan selama bulan April 1999 kepada 100 individu konsumen pasar swalayan Tong Hien yang dapat dijadikan sampel dalam penelitian.

Adapun metode pengumpulan data yang diperlukan dapat diperoleh dengan menggunakan :

a. **Questioner**

yaitu dengan menggunakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk mendapatkan jawaban data-data yang dibutuhkan.

b. **Wawancara**

yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan wawancara dengan responden.

Sedangkan untuk menjawab persoalan-persoalan penelitian yang telah dirumuskan, maka digunakan teknik analisis statistik deskriptif yaitu suatu teknik analisis yang mencoba menggambarkan suatu keadaan tertentu dengan disertai tabel-tabel dan perhitungan prosentase.

Ditinjau dari sejarahnya pasar swalayan Tong Hien yang didirikan oleh Wong Ie Cong, pertama kali muncul pada tahun

1952. Pada waktu itu pasar swalayan Tong Hien masih berupa toko biasa dengan luas toko 60 m<sup>2</sup>. Toko tersebut kemudian berkembang dan diteruskan dari anak Wong Ie Cong sampai sekarang toko tersebut sudah menjadi pasar swalayan Tong Hien dan diteruskan cucu dari Wong Ie Cong yang bernama Wong Kok Wie.

Untuk melaksanakan tugasnya dengan baik pasar swalayan Tong Hien mengadakan pembagian tugas yang disusun dalam struktur organisasi yang masih sederhana, dimana pemiliknya merangkap sebagai pimpinan yang membawahi karyawan-karyawannya.

Setelah melakukan penelitian maka peneliti mendapatkan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi konsumen tentang kenyamanan berbelanja pada pasar swalayan Tong Hien. Sebagian besar konsumen mempunyai persepsi bahwa jam buka pasar swalayan Tong Hien adalah nyaman, penyediaan tas dan kereta belanja adalah baik, serta pengaturan barang yang dilakukan pasar swalayan Tong Hien adalah baik. Tetapi untuk fasilitas tempat parkir, sebagian besar konsumen mempunyai persepsi adalah tidak luas.
2. Persepsi konsumen tentang keanekaragaman barang pada pasar swalayan Tong Hien. Sebagian besar konsumen mempunyai persepsi tentang "keluasan" barang untuk semua bagian adalah lengkap, "kedalaman" barang untuk bagian peralatan kantor dan sekolah adalah lengkap, "kedalaman" barang untuk bagian supermarket dan bagian departemen store adalah tidak lengkap.
3. Persepsi konsumen tentang mutu barang pada pasar swalayan Tong Hien. Sebagian besar konsumen mempunyai persepsi tentang mutu barang yang ditawarkan adalah baik.
4. Persepsi konsumen fashion level pada pasar swalayan Tong Hien. Konsumen mempunyai persepsi tentang fashion level pada semua bagian adalah baik.
5. Persepsi konsumen tentang harga yang ditawarkan pada pasar swalayan Tong Hien. Sebagian besar konsumen mempunyai persepsi bahwa harga barang yang ditawarkan pada bagian supermarket dan peralatan kantor dan sekolah adalah murah, sedangkan harga barang pada bagian departemen store adalah mahal.
6. Persepsi konsumen tentang pelayanan terhadap konsumen yang dilakukan pasar swalayan Tong Hien. Sebagian besar konsumen mempunyai persepsi tentang keramahan pramuniaga adalah ramah, fasilitas kotak saran yang disediakan serta penataan barang dan interior adalah baik, penempatan kasir adalah baik. Sedangkan untuk pengetahuan dan keterlibatan pramuniaga, serta fasilitas penerangan, AC, dan musik adalah tidak baik.
7. Persepsi konsumen tentang potongan harga dan hadiah yang diberikan. Sebagian besar konsumen mempunyai persepsi bahwa potongan harga yang diberikan adalah tidak menarik, tetapi hadiah yang diberikan pasar swalayan Tong Hien adalah menarik.

Dari hasil penelitian diatas maka saran dari peneliti yang berguna antara lain ada dua bagian :

1. Bagian kesimpulan yang positif atau yang sudah baik hendaknya, Pasar swalayan Tong Hien mempertahankan hasil penelitian yang baik dan melakukan strategi yang dapat menarik minat konsumen agar tidak lepas menjadi konsumen Pasar Swalayan Tong Hien.
2. Bagian negatif dari hasil penelitian yang tidak baik, misalnya tempat parkir atau yang lainnya hendaknya pihak Pasar Swalayan Tong Hien dapat mengantisipasi kelemahan tersebut dan dapat memberikan pelayanan yang lebih baik lagi kepada konsumen.

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama kami panjatkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karuniaNya, sehingga skripsi yang penulis susun berjudul "Persepsi Konsumen Tentang Retailing Mix pada Pasar Swalayan Tong Hien Semarang" dapat terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi, oleh karena itu dalam menyusun skripsi ini, penulis mengerahkan segala daya upaya yang ada. Penyusunan dan penyelesaian skripsi ini telah melibatkan banyak pihak. Melalui kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Drs. Heru Sutanto, selaku pembimbing satu yang telah menyediakan waktu untuk memberikan saran, masukan dan bimbingan terhadap penyusunan skripsi ini.
2. Bapak A. Haryo Perwito, SE selaku pembimbing dua yang telah menyediakan waktu untuk memberikan saran, masukan dan bimbingan terhadap penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Komala Inggarwati, SE, MM selaku dekan Fakultas Ekonomi beserta seluruh staff pengajar yang telah memberi bekal ilmu dan pengetahuan akademis yang menunjang penulisan skripsi ini.
4. Bapak Wong Kok Wie selaku Pimpinan Pasar Swalayan Tong Hien yang memberikan ijin kepada penulis untuk mengadakan penelitian.

5. Yang tercinta Papa, Mama yang telah banyak memberikan perhatian, dorongan serta membiayai penulis baik dalam kuliah maupun dalam masa penulisan skripsi ini.
6. Sahabat-sahabat terkasih yang banyak memberikan dorongan, perhatian dan doa.

Kiranya Tuhan sendirilah yang membalas semua budi kebaikan yang telah diberikan kepada penulis.

Mengingat keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis, dengan semangat terbuka menerima setiap saran dan kritik yang membangun dan mendukung semakin sempurnanya skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan sesuatu yang berguna bagi ilmu pengetahuan.



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....	11
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	111
ABSTRAKSI .....	1v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Masalah Penelitian .....	6
1.3. Pembatasan Masalah .....	6
1.4. Tujuan Penelitian .....	7
1.5. Kegunaan Penelitian .....	8
1.6. Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Landasan Teori .....	11
2.2. Kerangka Pemikiran .....	24
2.3. Hipotesisi .....	25
2.4. Definisi Operasional .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Lokasi Penelitian .....	29
3.2. Populasi .....	29
3.3. Sampel .....	30
3.4. Jenis Data .....	31

3.5. Metode Pengumpulan Data .....	31
3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	32
3.7. Teknik Analisis .....	35
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Pasar Swalayan Tong Hien ..	37
4.1.1. Sejarah dan Perkembangannya .....	37
4.1.2. Struktur Organisasi .....	38
4.2. Gambaran Umum Responden .....	40
4.2.1. Karakteristik Responden .....	41
4.2.2. Usia Responden .....	41
4.2.3. Status Responden .....	42
4.2.4. Pendapatan Responden .....	43
4.2.5. Keseringan Berbelanja .....	44
4.3. Persepsi Konsumen Tentang Kenyamanan Ber- belanja, Keanekaragaman barang, Mutu dan Fashion Level, Harga, Pelayanan, Daya Tarik Toko .....	45
4.4.1. Kenyamanan Berbelanja .....	45
4.4.2. Keanekaragaman Barang .....	48
4.4.3. Mutu .....	51
4.4.4. Fashion Level .....	52
4.4.5. Harga .....	53
4.4.6. Pelayanan .....	54
4.4.7. Potongan Harga .....	57

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan .....	71
5.2. Saran .....	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	35
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Responden .....	36
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Responden .....	37
4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Keseringan Berbelanja dalam Satu Bulan .....	38
4.5. Validitas Indikator Masing-masing Variabel ....	40
4.6. Reliabilitas Indikator Masing-masing Variabel .	41
4.7. Persepsi Konsumen tentang Jam Buka Pasar Swalayan Tong Hien .....	42
4.8. Persepsi Konsumen tentang Fasilitas Tempat Parkir .....	43
4.9. Persepsi Konsumen tentang Penyediaan Tas dan Kereta Belanja .....	44
4.10. Persepsi Konsumen tentang Pengaturan Barang	45
4.11. Persepsi Konsumen tentang Keluasan Barang ...	47
4.12. Persepsi Konsumen tentang Kedalaman Barang ..	48
4.13. Persepsi Konsumen tentang Mutu Barang .....	50
4.14. Persepsi Konsumen tentang Kemampuan Mengikuti Perkembangan Mode .....	51
4.15. Persepsi Konsumen tentang Harga .....	52
4.16. Persepsi Konsumen tentang Keramahan Pramuniaga	53
4.17. Persepsi Konsumen tentang Pengetahuan Pramuniaga Fasilitas Kotak Saran .....	54

4.18. Persepsi Konsumen tentang Penataan Barang dan Interior, Penempatan Kasir, Keterlatihan Pramuniaga .....	55
4.19. Persepsi Konsumen tentang Fasilitas Penerangan, AC. dan musik .....	57
4.20. Persepsi Konsumen tentang Potongan Harga dan Hadiah yang diberikan .....	58



## DAFTAR GAMBAR

Halaman

4.1. Struktur Organisasi Pasar Swalayan Tong Hien 32

