

## ABSTRAKSI

Iskandar Harun, MENDAYAGUNAKAN NILAI-NILAI ATRIBUT PASAR SWALAYAN ABSA DIKOTA KENDAL dibawah bimbingan Agus Wachyutomo, sebagai pembimbing I dan Sri Hartono, sebagai pembimbing II ).

Keberadaan swalayan sebagai sarana penunjang kebutuhan sehari-hari, telah membuka peluang bagi para pengusaha untuk bergerak dibidang retailer. Demikian juga di Kendal telah bermunculan beberapa swalayan yang makin memperketat persaingan di bisnis swalayan. Dalam usahanya untuk memenangkan persaingan pihak manajemen swalayan dituntut untuk mempelajari apa sebenarnya yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen yaitu bagaimana caranya agar konsumen merasa puas dan mau memutuskan untuk membeli di Swalayan "ABSA" Kendal.

Masalah yang dihadapi oleh Swalayan "ABSA" adalah semakin ketatnya persaingan bisnis swalayan ini. Untuk itu pihak manajemen ingin mengetahui faktor-faktor atau variabel-variabel bagaimana yang mempunyai hubungan derajat keeratatan terhadap tingkat pembelian di Swalayan ABSA, sehingga berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pembelian di Swalayan "ABSA" Kendal.

Dalam kenyataannya terdapat banyak sekali faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pembelian di Swalayan " ABSA" tetapi tidak mungkin semuanya dianalisa pada penelitian ini. Untuk merumuskan masalah dalam rangka pengujian kebenaran hipotesis, digunakan faktor-faktor atau variabel-variabel yang dianggap relevan dengan tingkat pembelian yaitu harga, produk, pelayanan, dan kenyamanan, pramuniaga, kebersihan, parkir, fasilitas dan keamanan.

Tujuan dari penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui atribut pasar swalayan ABSA yang terdiri dari harga, produk, pelayanan, kenyamanan, pramuniaga, kebersihan, parkir, fasilitas dan keamanan yang menentukan tingkat pembelian konsumen dipasar swalayan.

Sebanyak 100 responden memberi tanggapan yang berbeda mengenai variable brand associations di Swalayan "ABSA", 86 responden menjawab harga sesuai dan terjangkau, 90 responden menjawab produk berkualitas, 85 responden menjawab pelayanan memuaskan, 87 responden menjawab kenyamanan dijamin, 73 responden menjawab pramuniaga ramah, 83 responden menjawab kebersihan terjaga, 33 responden menjawab sarana parkir aman, 65 responden menjawab fasilitas tersedia dan 78 responden menjawab keamanan terjaga.

Untuk menganalisis variable brand associations digunakan perhitungan statistik dengan rumus Chochran Q- test. Berdasarkan perhitungan ini variabel parkir (H7), fasilitas (H8), dan pramuniaga (H5) tidak menentukan tingkat pembelian di Swalayan "ABSA".

Berdasarkan perhitungan Cochran Q-test menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pembelian di Swalayan “ABSA” adalah harga (H1), produk (H2), pelayanan (H3), kenyamanan (H4), kebersihan (H6), dan keamanan (H9).

