

BAB 7

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1. Kesimpulan

Adapun kesimpulan penelitian yang dapat diambil dengan berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, yaitu:

- a. Setelah dilakukan analisis terhadap empat variabel (*product*, *price*, *promotion*, dan *people*) hanya terdapat dua variabel yang dapat mempengaruhi keinginan beli *customer* (*customer purchase intention*) pada Toko Endang yaitu variabel *product* dan *price*. Akan tetapi kedua variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer purchase intention* melainkan hanya memiliki hubungan yang cukup erat dan berpengaruh positif terhadap *customer purchase intention*.
- b. Dalam penelitian tidak ada variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap *customer purchase intention*. Hal ini disebabkan oleh karena para pelanggan Toko Endang tidak begitu memperdulikan keempat variabel tersebut ketika berbelanja kebutuhan di toko sembako. Sebagian besar para pelanggan Toko Endang memilih berbelanja pada Toko Endang dikarenakan beberapa hal yaitu pelanggan dapat membayar produk dapat dilakukan secara jatuh tempo (hutang). Selain itu, alasan pelanggan berbelanja kebutuhan di Toko Endang dikarenakan pelanggan sudah mengenal lama dengan pemilik Toko Endang yaitu Ibu Endang ditambah dengan sikap Ibu Endang yang ramah sehingga membuat pelanggan menjadi lebih nyaman ketika berbelanja kebutuhan di Toko Endang. Alasan yang terakhir yaitu lokasi Toko Endang yang dekat dengan rumah pelanggan sehingga pelanggan lebih memilih berbelanja kebutuhan di Toko Endang dikarenakan pelanggan tidak perlu pergi terlalu jauh ketika ingin membeli barang kebutuhan.
- j. Usulan strategi pemasaran dipilih dengan berdasarkan dua variabel yang berpengaruh terhadap *customer purchase intention* yaitu variabel *product* dan *price*. Selain itu strategi juga dipilih dengan berdasarkan temuan dalam penelitian ketika melakukan penyebaran kuesioner. Adapun usulan strategi *marketing mix* yang dapat diimplementasikan pada Toko Endang yaitu yaitu menyediakan lebih dari 40 macam jenis produk dengan minimal tiga merk berbeda untuk masing-masing produk, selalu mengecek ketersediaan barang

per periode, memiliki stok yang cukup untuk memenuhi permintaan pelanggan per periode, membuat *flyer* dan *banner* harga produk yang sedang promo, membuat kartu pelanggan (*member*), menyebarkan informasi mengenai harga-harga produk terbaru, memberikan harga produk yang lebih murah ketika membeli produk tersebut dengan jumlah yang cukup banyak memberikan pelayanan yang ramah dan cepat. Dengan adanya strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang berbelanja Di Toko Endang sehingga penjualan dan pendapatan Toko Endang dapat meningkat di setiap bulannya.

7.2. Saran

Adapun saran yang dapat diambil pada saat melakukan proses penelitian yaitu:

- a. Pada penelitian yang akan dilanjutkan selanjutnya dapat menggunakan variabel lainnya yang terdapat pada *marketing mix* seperti *location*, *process* dan *physical evidence* untuk dilakukan analisis apakah variabel tersebut dapat meningkatkan keinginan beli *customer*. Selain itu juga dapat mempertimbangkan faktor pembayaran jatuh tempo (hutang) apakah dengan adanya fasilitas tersebut dapat meningkatkan keinginan beli pelanggan atau tidak.
- b. Pada penelitian selanjutnya perlu memperhatikan atau mempertimbangkan tingkah laku atau kebiasaan *customer* yang belum pernah berbelanja pada Toko Endang sehingga dalam menentukan strategi pemasaran dapat menjadi lebih menarik yang dimana nantinya dapat menambah jumlah pelanggan baru yang berbelanja pada Toko Endang.

DAFTAR PUSTAKA

- Astanti, R.D., & Ai, T.J. (2020). Dampak pandemi covid-19 terhadap product assortment pada sektor ritel pokok (essential retail) dan bagaimana ritel harus menyikapinya. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Berman, B.R., Evans, J.R. & Chatterjee, P.M. (2018). *Retail management (13th Global Edition)*. London: Pearson Internasional.
- Bluman, A. (2018). *Elementary Statistics: A Step by Step Approach (10th Edition)*.
- Daryanto, L.H., Hasiholan, L. B., & Seputro, A. (2019). The influence of marketing mixes on the decision to purchase martabak "setiabudi" pak man semarang. *Journal of Management*, 5(5).
- Gaspersz, V. (2002). *Penerapan konsep VINCENT tentang kualitas dalam manajemen bisnis total*. Jakarta: Yayasan Indonesia Emas dan PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Gradinaru, C., Sorin, G. T. & Paul, M. (2016). *Marketing Mix in Service*.
- Haryono, S. (2016). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL PLS*. PT. Intermedia Personalia Utama. Jawa Barat.
- KBBI Daring. (2019). Strategi. Diakses dari <https://kbbi.web.id/strategi>, Diakses tanggal 14 Oktober 2020.
- Konsumen (studi pada perusahaan matahari dept. store mtc manado). *Jurnal EMBA*, 5(3).
- Kotler, P. & Gary, A. 2004. *Dasar-dasar Marketing (Jilid 1)*. Edisi Ketujuh. Terjemahan Imam Nurawan, PT. Prehalindo. Jakarta.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Marketing management (14th ed)*. USA.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran (Jilid 2)*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Laksana, F. (2008). *Manajemen pemasaran pendekatan praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Lengkong, F., Sepang, J. & Tulung, J. (2017). Analisis strategi bauran pemasaran eceran (retail marketing mix) yang menentukan tingkat kepuasan.
- Levy & Wetz. (2001). *Retailing Management* (4th edition). New York: Mc. GrawHill.
- Lupiyoadi. (2001). *Manajemen pemasaran jasa teori dan praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (edisi ketiga). Salemba: Jakarta.
- Malhotra, N. K., Daniel, N. & David, F. B. (2017). *Marketing Research an Applied Approach* (5th Edition).
- Mas'ari, A., Hamdy, M. I. & Safira, M. D. (2019). Analisa strategi marketing mix menggunakan konsep 4p (price, product, place, promotion) pada pt. haluan riau. *Jurnal Hasil Penelitian dan Karya Ilmiah dalam Bidang Teknik Industri*, 5(2).
- Nasution, M. Nur. (2004). *Manajemen jasa terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.
- Santoso, S. (2015). AMOS 22 untuk Structural Equation Modelling Konsep Dasar dan Aplikasi. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sari, R. Puspita. (2017). *Marketing Mix Implementation in Small Medium Enterprises: A Study of Galeristorey Online Business*, 16 (1).
- Soliha, E. (2008). Analisis industri ritel di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 15(2).
- Subagiyo, R. & Adlan, M. A. (2017). Pengaruh service quality, marketing mix dan kepuasan mahasiswa terhadap customer loyalty. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 13(1).

- Supatra, M. I. & Retnawati, B. B. (2010). Pengaruh konsumen terhadap ritel modern baru 2010 di kota semarang terhadap perubahan perilaku pembelian.
- Thabit, T. H., dan Manaf, B. R. (2018). *The Evaluation of Marketing Mix Element: A Case Study. International Journal of Social Sciences & Educational Studies*, 4 (4).
- Tjahjono, A., Semuel, H. & Brahmana, R. K. M. R. (2013). Analisa marketing mix lingkungan sosial, psikologi terhadap keputusan pembelian online pakaian wanita. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2).
- Triana, D., dan Wahyu, Oktri. W. (2013). Relevansi Kualifikasi Kontraktor Bidang Teknik Sipil Terhadap Kualitas Pekerjaan Proyek Konstruksi Di Provinsi Banten. *Jurnal Fondasi*, 1 (1).
- Utami, N. Setiyo. (2018). Analisa kinerja sektor ritel Indonesia. *ECOPRENEUR* 12, 1(1).
- Utomo, T. J. (2011). Persaingan bisnis ritel: tradisional vs modern. *Fokus Ekonomi*, 6(1).
- Wibowo, R., dan Japarianto, E. (2013). Pengaruh retail mix terhadap minat beli di keraton department store. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1).
- Yulianto, H. E., Yulianto, E. & Wilopo. (2013). Pengaruh retail marketing mix terhadap keputusan pembelian tidak terencana pada pusat perbelanjaan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2).

LAMPIRAN

Lampiran 1: Toko Endang

Tampak samping Toko Endang



Tampak depan Toko Endang



Lampiran 2: Responden

Responden 1



Responden 2



Responden 3



Responden 4



Responden 5



Responden 6



Responden 7



Responden 8



Lampiran 3: Instrumen Penelitian

Kuesioner bagian identitas responden

Kuesioner Penelitian "Penerapan Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) pada Toko Endang"

Salam Sejahtera,
Perkenalkan saya Rudy Dwi Susanto Mahasiswa Teknik Industri Angkatan 2017, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian mengenai Penerapan Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) pada Toko Endang sebagai tugas akhir saya.

Data yang diisikan akan dijamin kerahasiaannya, data tersebut hanya digunakan untuk penelitian saja dan tidak akan dipublikasikan. Oleh karena itu kami memohon kesediaan dan partisipasi Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini. Apabila ada informasi yang ingin ditanyakan pada kuesioner ini, Saudara/i dapat menghubungi saya di WA: 0822 27016165.
Atas kesediaan Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Identitas Responden

*Petunjuk Pengisian Identitas Responden : Silahkan mengisi pada bagian yang tersedia

Nama *

Teks jawaban singkat

Alamat (Nama Desa) *

Teks jawaban panjang

Kuesioner bagian pertanyaan umum

Bagian I : Pertanyaan Umum

Pada bagian 1 ini merupakan bagian dengan pertanyaan umum mengenai kebiasaan-kebiasaan konsumen dalam melakukan pembelian barang. Isilah berdasarkan petunjuk yang ada pada setiap pertanyaan.

1. Seberapa sering anda mengunjungi toko sembako untuk berbelanja barang seperti rokok, beras, telur, gula, minyak goreng, susu, dan barang lainnya yang tersedia di toko sembako? *

*(Petunjuk: Pilihlah salah satu jawaban)

- 1 : Setiap hari
- 2 : 3 Hari sekali
- 3 : Seminggu sekali
- 4 : 2 Minggu sekali
- 5 : 1 Bulan sekali

2. Berapa nominal yang anda habiskan untuk sekali berbelanja barang di toko sembako? *
(Petunjuk: Pilihlah salah satu jawaban)

- 1 : < Rp. 50.000
- 2 : Rp. 50.000 – Rp. 149.000
- 3 : Rp. 150.000 – Rp. 299.000
- 4 : Rp. 300.000 – Rp. 499.000
- 5 : Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
- 6 : Rp. > 1.000.000

3. Untuk apakah barang tersebut anda beli?*(Petunjuk: Pilihlah salah satu jawaban) *

- 1 : Dijual kembali dalam jenis produk berbeda
- 2 : Dijual kembali dalam jenis produk yang sama
- 3 : Dipakai untuk kebutuhan pribadi

Kuesioner bagian pertanyaan mengenai produk

Bagian II : Pertanyaan mengenai Produk

Pada bagian 2 ini merupakan bagian dengan pertanyaan mengenai produk yang berkaitan dengan konsumen saat melakukan pembelian barang. Isilah berdasarkan petunjuk yang ada pada setiap pertanyaan.

4. Semakin banyak varian (merek) produk (sembako) yang ditawarkan pada toko tersebut akan membuat saya semakin sering berbelanja (sembako) di toko tersebut. *(Petunjuk: Pilihlah salah satu jawaban.) Contoh: Minyak goreng terdapat beberapa merek seperti Sania, Bimoli, Fortuna, Tawon, Rosebrand, Fitri, Sabrina



- 1) 1 merk untuk produk yang sama
- 2) 2 merk untuk produk yang sama
- 3) 3 merk untuk produk yang sama
- 4) 4 merk untuk produk yang sama
- 5) >5 merk untuk produk yang sama

5. Semakin banyak jenis produk (sembako) yang tersedia pada toko tersebut akan membuat saya semakin sering berbelanja (sembako) di toko tersebut. *(Petunjuk: Pilihlah salah satu jawaban) Contoh : Telur, Beras, Tepung, Margarin, Plastik kemasan, Susu, Mie Instan, Kopi, dan jenis produk lainnya



- 1) < 10 Jenis produk
- 2) 11 – 20 Jenis produk
- 3) 21 – 30 Jenis produk
- 4) 31 – 40 Jenis produk
- 5) > 40 Jenis produk

6. Saya tertarik berbelanja sembako di toko (sembako) yang dimana barang yang akan saya beli selalu tersedia di toko tersebut. *(Petunjuk: Pilihlah salah satu jawaban)

- 1 : Tidak membuat saya tertarik berbelanja
- 2 : Cukup membuat saya tertarik berbelanja
- 3 : Saya akan mencari toko lainnya ketika terdapat salah satu barang yang tidak tersedia di toko tersebut
- 4 : Saya tetap berbelanja barang lainnya di toko tersebut, meskipun terdapat salah satu barang yang tidak t...
- 5 : Membuat saya lebih tertarik berbelanja

7. Barang apa yang sering anda beli di toko sembako selain kebutuhan pokok seperti beras, telur, gula, tepung, susu, minyak goreng, mie instan, penyedap rasa dan bumbu dapur ? *(Petunjuk: Responden dapat memilih lebih dari satu jawaban)



- Plastik kemasan
- Makanan ringan
- Minuman kemasan
- Obat-obatan umum
- Rokok
- Lainnya...

Kuesioner bagian pertanyaan mengenai harga

Bagian III : Pertanyaan mengenai Harga

Pada bagian 3 ini merupakan bagian dengan pertanyaan mengenai harga produk yang berkaitan dengan konsumen saat melakukan pembelian barang. Isilah berdasarkan petunjuk yang ada pada setiap pertanyaan.

8. Harga produk (sembako) merupakan salah satu faktor yang saya perhatikan ketika ingin membeli barang di toko *

- 1 : Saya tidak pernah memperhatikan hal tersebut ketika ingin membeli barang
- 2 : Saya terkadang memperhatikan hal tersebut ketika ingin membeli barang
- 3 : Saya selalu memperhatikan hal tersebut ketika ingin membeli barang
- 4 : Saya tetap berbelanja di toko tersebut meskipun harga produk yang dijual lebih mahal
- 5 : Saya lebih tertarik berbelanja di toko yang menjual produknya dengan harga yang lebih murah

9. Selisih harga minyak goreng Rp. 100 / Kg di bandingkan dengan toko sembako lainnya akan membuat saya tetap berbelanja minyak goreng pada toko (sembako) tersebut. *(Petunjuk: Pilihlah salah satu jawaban)

- 1 : Tidak membuat saya tertarik berbelanja
- 2 : Harga yang sama dengan toko lainnya sudah membuat saya tertarik berbelanja
- 3 : lebih mahal Rp. 100 / Kg tetap membuat saya tertarik berbelanja
- 4 : lebih murah Rp. 100 / Kg sudah membuat saya tertarik berbelanja
- 5 : saya tetap berbelanja karena saya tidak peduli dengan selisih harga

10. Selisih harga tepung terigu sebesar Rp. 250 / karung dibandingkan dengan toko sembako lainnya tetap membuat saya berbelanja di toko tersebut. *(Petunjuk: Pilihlah salah satu jawaban)

- 1 : Tidak membuat saya tertarik berbelanja
- 2 : Harga yang sama dengan toko lainnya sudah membuat saya tertarik berbelanja
- 3 : lebih mahal Rp. 250 / Karung tetap membuat saya tertarik berbelanja
- 4 : lebih murah Rp. 250 / Karung sudah membuat saya tertarik berbelanja
- 5 : saya tetap berbelanja karena saya tidak peduli dengan selisih harga

11. Berilah rangking 1 – 5 untuk harga barang yang paling anda perhatikan ketika ingin membeli barang di toko sembako? *(Petunjuk: berikan rangking 1 (paling diperhatikan) sampai 5 (tidak diperhatikan))

	Harga Minyak ...	Harga Rokok	Harga Telur	Harga Mie Inst...	Harga Beras
Rangking 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rangking 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rangking 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rangking 4	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rangking 5	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kuesioner bagian pertanyaan mengenai promosi

Bagian IV : Pertanyaan mengenai Promosi

Pada bagian 4 ini merupakan bagian dengan pertanyaan mengenai promosi produk yang berkaitan dengan konsumen saat melakukan pembelian barang. Isilah berdasarkan petunjuk yang ada pada setiap pertanyaan.

12. Saya lebih suka berbelanja (sembako) di toko yang terlebih dahulu menawarkan barang kepada saya baik itu datang ke rumah atau toko maupun menawarkan melalui media sosial (Whatsapp). *(Petunjuk: Pilihlah salah satu jawaban)

- 1 : Menawarkan Setiap hari
- 2 : Menawarkan 3 hari sekali
- 3 : Menawarkan Seminggu sekali
- 4 : Menawarkan 2 minggu sekali
- 5 : Menawarkan 1 bulan sekali

13. Saya lebih tertarik berbelanja (sembako) di toko yang memberikan poin ketika berbelanja yang dimana poin tersebut dapat dikumpulkan dan nantinya dapat ditukar hadiah. *(Petunjuk: Pilihlah salah satu jawaban)

- 1 : Poin dapat di tukar setiap saat
- 2 : Poin dapat di tukar setiap 3 bulan sekali
- 3 : Poin dapat di tukar setiap 6 bulan sekali
- 4 : Poin dapat di tukar setiap 9 bulan sekali
- 5 : Poin dapat di tukar setiap 1 tahun sekali

14. Saya lebih suka berbelanja (sembako) di toko yang memberikan hadiah ketika sering berbelanja (contoh : Sprei, Handuk, Tv, Sarung, Baju, Produk kebutuhan pokok). *(Petunjuk: Pilihlah salah satu jawaban)

- 1 : hadiah diberikan 1 bulan sekali
- 2 : hadiah diberikan 3 bulan sekali
- 3 : hadiah diberikan 6 bulan sekali
- 4 : hadiah diberikan 9 bulan sekali
- 5 : hadiah diberikan 1 tahun sekali

15. Berilah rangking 1 (paling disukai) – 5 untuk jenis promosi yang membuat anda tertarik berbelanja kebutuhan pokok di toko tersebut ? *(Petunjuk: berikan rangking 1 (paling diperhatikan) sampai 5 (tidak diperhatikan)) *

	Potongan Harg...	Hadiah yang di...	Tukar poin den...	Mendapatkan h...	Selalu menawa...
Rangking 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rangking 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rangking 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rangking 4	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rangking 5	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kuesioner bagian pertanyaan mengenai pelayanan

Bagian V : Pertanyaan mengenai Pelayanan

Pada bagian 5 ini merupakan bagian dengan pertanyaan mengenai pelayanan yang berkaitan dengan konsumen saat melakukan pembelian barang. Isilah berdasarkan petunjuk yang ada pada setiap pertanyaan.

16. Pelayanan yang ramah membuat saya menjadi lebih tertarik berbelanja sembako di toko (sembako) tersebut. *(Petunjuk: Pilihlah salah satu jawaban) *

- 1 : Tidak membuat saya tertarik berbelanja
- 2 : Cukup membuat saya tertarik berbelanja
- 3 : Pelayan toko menggunakan bahasa yang sopan
- 4 : Selalu menanyakan terlebih dahulu kepada pembeli
- 5 : Membuat saya lebih tertarik berbelanja

17. Pelayanan yang cepat membuat saya menjadi lebih tertarik berbelanja sembako di toko (sembako) tersebut. *(Petunjuk: Pilihlah salah satu jawaban) *

- 1 : Melayani lebih dari 20 menit
- 2 : Melayani 15-20 menit
- 3 : Melayani 10-15 menit
- 4 : Melayani 5-10 menit
- 5 : Melayani kurang dari 5 menit

18. Pelayan toko yang berpenampilan rapi dan menarik membuat saya menjadi lebih tertarik berbelanja barang di toko (sembako) tersebut. *(Petunjuk: Pilihlah salah satu jawaban)

- 1 : Tidak membuat saya tertarik berbelanja
- 2 : Saya tidak memikirkan hal tersebut ketika ingin berbelanja barang di toko
- 3 : Saya tetap berbelanja di toko tersebut meskipun pelayan toko kurang bernampilan rapi dan menarik
- 4 : Saya suka berbelanja barang di toko yang dimana pelayan toko tersebut menggunakan pakaian yang se...
- 5 : Membuat saya lebih tertarik berbelanja

19. Berilah rangking 1 (paling disukai) – 5 untuk pelayanan toko seperti apa yang membuat anda suka berbelanja sembako di toko sembako tersebut ? *(Petunjuk: berikan rangking 1 (paling diperhatikan) sampai 5 (tidak diperhatikan))

	Ramah	Berpenampilan ...	Berpenampilan ...	Sopan	Cepat dalam m...
Rangking 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rangking 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rangking 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rangking 4	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rangking 5	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kuesioner bagian pertanyaan mengenai keinginan beli pelanggan

Bagian VI : Keinginan Pelanggan

Pada bagian 6 ini merupakan bagian dengan pertanyaan mengenai keinginan pelanggan saat melakukan pembelian barang di Toko Endang. Isilah berdasarkan petunjuk yang ada pada setiap pertanyaan.

20. Saya lebih suka berbelanja sembako di Toko Endang dibandingkan toko sembako lainnya yang berlokasi berdekatan dengan toko Endang. *(Petunjuk: Pilihlah salah satu jawaban)

- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Sangat Tidak Setuju | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Sangat Setuju |

21. Saya akan merekomendasikan toko endang kepada rekan saya ketika ingin berbelanja kebutuhan pokok. *(Petunjuk: Pilihlah salah satu jawaban) *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

22. Saya akan lebih sering mencari informasi tentang promosi dan harga barang di toko endang. *(Petunjuk: Pilihlah salah satu jawaban) *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

23. Menurut Anda, hal apa yang masih dapat ditingkatkan di Toko Endang? *(Petunjuk: Responden dapat memilih lebih dari satu jawaban) *

- Varian produk sembako yang banyak
- Pelayanan yang ramah dan cepat
- Produk yang dijual selalu dalam kondisi yang baik
- Memberikan potongan harga / Diskon
- Memiliki stok produk yang cukup banyak
- Lainnya...

Lampiran 4: Hasil Turnitin

