

ABSTRAK

Perkembangan dunia usaha yang semakin maju pada saat ini akan menyebabkan terjadinya persaingan, baik persaingan antar perusahaan sejenis maupun yang tidak sejenis. Hal ini berarti akan memacu peningkatan pemasaran produk/ jasa dan menjadi tantangan bagi perusahaan bagaimana mengatasi semuanya itu. Untuk itu perusahaan harus mengetahui siapakah yang membeli produknya? Kapan mereka membeli? Mengapa mereka membeli? Di mana mereka membeli? Bagaimana mereka membeli? Sebuah alasan mengapa orang membeli pada penjual tertentu sangat penting bagi perusahaan dalam menentukan segala program pemasarannya. Dengan demikian pengetahuan tentang motivasi konsumen sangat penting bagi perkembangan suatu perusahaan.

Melihat permasalahan yang kompleks ini, penulis tertarik untuk mengetahui mengapa masyarakat Yogyakarta senang berbelanja di supermarket. Untuk itu penulis mengambil Supermarket Gardena sebagai obyek penelitian. Penulis ingin mengetahui apakah orang senang berbelanja di Supermarket Gardena karena fasilitas, mutu produk, promosi ataukah harganya. Maka penulis membatasi inti persoalan, yaitu faktor-faktor apakah yang mempengaruhi motivasi pembelian konsumen, bagaimana konsumen memberikan jawaban terhadap berbagai rangsangan (fasilitas, promosi, mutu produk dan harga) yang diciptakan perusahaan. Untuk melihat bagaimana tanggapan konsumen terhadap rangsangan tersebut, penulis membedakan identitas responden atas usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan pekerjaan pokok. Berdasarkan perbedaan itulah penulis akan menganalisis apakah ada perbedaan yang signifikan dalam menjawab pertanyaan mengenai penyediaan fasilitas, mutu produk, promosi dan harga produk yang dijual di Supermarket Gardena.

Analisis yang akan digunakan untuk membicarakan persoalan di atas yaitu analisis persentase, perkiraan interval untuk persentase dan analisis Chi Kuadrat. Dengan analisis demikian dapat diketahui orang tertarik untuk berbelanja di Supermarket Gardena karena faktor fasilitasnya.