

ABSTRAK

Ayunda Dewi, NIM. 309331005. Persepsi Masyarakat Terhadap Usaha Waralaba di Kecamatan Medan Tembung Kota Medan. Skripsi. Jurusan Pendidikan Geografi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan, 2014.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Persebaran usaha waralaba minimarket (Indomaret dan Alfamart) di daerah Kecamatan Medan Tembung; dan (2) Persepsi masyarakat terhadap usaha waralaba minimarket di daerah Kecamatan Medan Tembung.

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Medan Tembung, tahun 2013. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berbelanja di minimarket (11 gerai Indomaret dan 2 gerai Alfamart) di daerah Kecamatan Medan Tembung dengan total populasi dari 13 gerai minimarket diperkirakan sebanyak 1.300 warga masyarakat yang berbelanja perharinya. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 130 orang yang berbelanja di 13 gerai minimarket (Indomaret dan Alfamart) yang ada di daerah Kecamatan Medan Tembung atau dengan kata lain diambil 10 orang setiap minimarket. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik komunikasi tidak langsung berupa daftar angket. Teknis analisis data yang digunakan yaitu teknik deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) pola penyebaran usaha waralaba minimarket di Kecamatan Medan Tembung tergolong seragam atau menyebar, dari 7 kelurahan di Kecamatan Medan Tembung sudah terdapat usaha waralaba minimarket dengan perbandingan antara jumlah penduduk dengan jumlah minimarket bervariasi pada tiap kelurahan; (2) persepsi masyarakat terhadap usaha waralaba (minimarket) di Kecamatan Medan Tembung rata-rata tergolong kategori baik dengan rata-rata skor sebesar 2,11. Ditinjau dari lokasi minimarket diperoleh rata-rata skor sebesar 2,43 atau tergolong kategori baik. Ditinjau dari gedung/fisik minimarket diperoleh rata-rata skor sebesar 2,60 atau tergolong kategori sangat baik. Ditinjau dari harga produk atau barang diperoleh rata-rata skor sebesar 1,90 atau tergolong kategori cukup baik. Ditinjau dari keragaman dan mutu barang diperoleh rata-rata skor sebesar 2,08 atau tergolong kategori baik. Ditinjau dari iklan minimarket diperoleh rata-rata skor sebesar 2,06 atau tergolong kategori baik. Ditinjau dari promosi penjualan diperoleh rata-rata sebesar 1,91 atau tergolong kategori cukup baik. Ditinjau dari pelayanan diperoleh rata-rata sebesar 2,02 atau tergolong kategori baik.