ABSTRAK

Eva Riyanti, NIM 7103210017. Analisis Perbandingan Persepsi Konsumen *Minimarket* Indomaret dengan Alfamart di Ismaliyah Kecamatan Medan Area Kota Medan. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Tahun 2014.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah perbedaan persepsi antara konsumen Indomaret dan konsumen Alfamart terhadap pelayanan, kelengkapan produk dan harga**.** Konsumen membanding-bandingkan karateristik toko yang di rasakan sesuai dengan kriteria dari konsumen tersebut. Penelitian ini bertujuan adalah untuk mengetahui perbedaan persepsi konsumen Indomaret dan Alfamart yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini dilakukan pada *minimarket* Indomaret dan Alfamart yang berlokasi di Ismaliyah Kecamatan Medan Area Kota Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di *minimarket* Indomaret dan Alfamart, sedangkan sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan rumus literasi sehingga diketahui sampel dalam penelitian ini sebesar 100 responden konsumen Indomaret dan 100 responden konsumen Alfamart sehingga total sampel menjadi 200 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji T-Test serta di olah dengan progam SPSS *17.0 for windows*. Hasil penelitian setelah diadakan pengujian dengan T-Test secara parsial dari masing-masing variabel ditemukan perbedaan yang signifikan dan berada dibawah *level of significance* yang digunakan (α =0,05) sehingga menolak Ho. Besarnya perbedaan persepsi konsumen Indomaret dan konsumen Alfamart terhadap pelayanan sebesar 11691.00>8409.00, kelengkapan produk sebesar 11696.50>8403.50 dan harga sebesar 11498.00>8602.00.

Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini dapat di terima yaitu ada perbedaan persepsi konsumen *minimarket* Indomaret dengan Alfamart di Ismaliyah Kecamatan Medan Area Kota Medan.

Kata Kunci : Pelayanan, Kelengkapan Produk, Harga

ABSTRACT

Eva Riyanti, NIM 7103210017. Comparative analysis of consumer perception of Indomaret with Alfamart minimart in Ismaliyah Subdistrict Medan Area Medan City. Thesis Major of Management, Economic Faculty, State University of Medan 2014.

The problem in this research is the difference in perception between the consumer Indomaret and Alfamart to the service, completeness of product and price. Consumers compare the characteristics of the store where the consumer match criteria. This study aims to identify the difference in perception between the consumer Indomaret and Alfamart that affect consumer purchasing decisions.

The research was carried at the Indomaret and Alfamart Minimart located in Ismaliyah Subdistrict Medan Area Medan City. The population in this research is consumers who shop at Indomart and Alfamart Minimart, while the sample in this reseach in literacy with the formula so that the grab in the samples in the study of the consumer 100 respondents Indomaret and 100 respondents Alfamart so the total sample into 200 respondents. The analytical techniques used in this research is T-Test and processed with SPSS 17.0 for Windows. The results of research conducted after the test with the T-Test for partial of each variable found a significant diference and is below the level of significance that is used (α =0,05) so that rejects Ho. The The magnitude of the differences in the perception of consumers Indomaret and Alfamart to service 11691.00>8409.00, completeness of product with 11696.50>8403.50 and price with 11498.00>8602.00

And then, the hypothesis in this reseach can be a proven that says there is a difference in perception of Indomaret with Alfamart minimart in Ismaliyah Subdistrict Medan Area Medan City.

Keywords : Service, Completeness of Product, Price