

IMPLEMENTASI PENJUALAN ECERAN (RETAILING MIX) TERHADAP DAYA MINAT BELI KONSUMEN CHEMICAL PADA PT. SUMBER JAYA KIMIA

*(RETAILING MIX SALES IMPLEMENTATION OF CHEMICAL
CONSUMER INTEREST BUY AT PT. SUMBER JAYA KIMIA)*

Silvi Dwi Rochmawati¹

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Lamongan
Email: dwisilvi980@gmail.com

** Correspondence*

Website:

<https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jekma>

Abstrak (12 pt)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi penjualan eceran terhadap daya minat beli konsumen. Unsur-unsur retailing menurut Mr Hanri Ma'ruf ada 6 yaitu lokasi, barang dagangan, harga, promosi, pelayanan, suasana dalam toko. Adapun permasalahan dalam penelitian ini yakni bagaimana perencanaan penjualan eceran PT Sumber Jaya kimia, bagaimana implementasi penjualan eceran terhadap minat beli konsumen chemical PT Sumber Jaya kimia, Seberapa besar efektivitas penjualan eceran terhadap minat beli konsumen chemical pada PT Sumber Jaya kimia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif. Sumber data yang digunakan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi yang dianggap relevan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil analisis implementasi penjualan eceran berpengaruh secara signifikan terhadap 6 unsur yaitu : Harga, lokasi barang dagangan, promosi, pelayanan suasana dalam toko.

Kata Kunci:

Penjualan Eceran,
Minat Beli.

Abstract(12 pt)

This study aims to analyze the implementation of retail sales on consumer purchasing power. The elements of retailing according to Mr. Hanri Ma'ruf are 6 namely location, merchandise, price, promotion, service, atmosphere in the shop. The problem in this research is how the retail sales

Keywords :

Retail Sales, Buying Interest.

Alamat Kantor:

planning of PT Sumber Jaya Kimia, how the implementation of retail sales to the buying interest of PT Sumber Jaya Kimia's chemical consumers, how big is the effectiveness of retail sales on the buying interest of chemical consumers at PT Sumber Jaya Kimia. The method used in this research is descriptive analysis method. Source of data used by the data used are observation, interviews, documentation and triangulation which are considered relevant in this study. Based on the analysis of the implementation of retail sales significantly influence the 6 elements, namely: Price, location of merchandise, promotions, service atmosphere in the shop.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman. 2018. Ensiklopedi Ekonomi, Keuangan dan Perdagangan, Pradnya Paramita: Jakarta.
- Apriyantoditya. 2013. Faktor-Faktor Bauran Eceran. (<http://apriantoditya.blogspot.com/2013/10/faktor-faktor-bauran-eceran-retailing-2.html>) Diakses 20 Nopember 2019.
- Assail. 2016. Consumer Behaviour: *Strategic Approach*, Houghton Mifflin.
- Berman and Evans. (2018). *Retail Management*, Macmillian Publising Company: USA.
- Bogdan dan Biklen. 2017. *Qualitative Research For Education: an Introduction To Theory and Methods*, Allyn and Bacon, inc: Boston London.
- Durianto, 2019. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Ekawati, Sunny. 2019. Implementasi Strategi Manajemen Ritel Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*. Vol.2, No.1, Mei 2019, Hal. 48-57
- Ferdinan. 2016. *Metode Penelitian Manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Firmansyah, Aditya. 2016. Analisis Implementasi Strategi Marketing Mix Pada Manajemen Pemasaran Supermarket Tip Top Dari Perspektif Etika Bisnis Islam. *Jurnal Manajemen Pemasaran*

2015.

- Foster. 2018. *Manajemen Ritel*, Penerbit Alfabet: Bandung.
- Gilbert. 2018. *Retail Marketing Management*. England: Prentice Hall.
- Kotler. 2016. *Manajemen Pemasaran*, PT. Prenhalindo: Yogyakarta.
- Ma'ruf, Hendri. 2016. *Pemasaran Ritel*, PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Ma'ruf. 2016. *Manajemen Komunikasi Periklanan*, Aswaja Pressindo: Jakarta.
- M. Taufik. 2018. *Dinamika Pemasaran*, PT. Raja Grafindo: Jakarta.
- Nawawi dan Martiani. 2017. *Instrument Penelitian Bidang Sosial*, Gadjah Mada University Press: Yogyakarta.
- Respatiningsih, Hesti. 2015. Implementasi Manajemen Kategori Dalam Manajemen Ritel Modern. *Jurnal Manajemen Pemasaran* 2015.
- Ria, Arifianti. *Retail Mix Strategies Of Hypermarkets In Bandung*. International Journal Of Economic Policy In Emerging Economies. Vol,11. No,396-410. Tahun 2018.
- Sugiono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Cetakan ke-25. Alfabeta, Bandung.
- Sudjana. 2016. *Manajemen Ritel Modern*, Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Utami. 2018. *Manajemen Ritel*, Penerbit Erlangga: Jakarta.
- Wiguna, Wafa, Fauziah. Analisis Implementasi Retailing Mix Pada Manajemen Pemasaran Minimarket Syariah Mart Cianjur. *Jurnal Manajemen Pemasaran* 2019. Vol.5, No2, Tahun 2019.
- Adityalaksono.2015. Pengertian Minat Beli dan Faktor-faktor. (Online). <http://adityalaksono26.blogspot.com/2015/03/pengertian-minat-beli-dan-faktor-faktor.html?m=1>. Diakses pada Nopember 2019.

