



### ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Supermarket MIROTA KAMPUS jalan GODEAN. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui profil dan kebiasaan konsumen serta untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan sikap konsumen terhadap atribut produk, harga, lokasi dan pelayanan menurut tingkat pendidikan. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan Metode Purposive Sampling, dengan jumlah sampel 100 responden. Adapun cara pengumpulan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada konsumen Supermarket MIROTA KAMPUS jalan GODEAN.

Teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui profil dan kebiasaan konsumen dengan analisis kualitatif, dan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan sikap konsumen Supermarket MIROTA KAMPUS jalan GODEAN terhadap atribut produk, harga, lokasi dan pelayanan menurut tingkat pendidikan adalah analisis Chi-Square.

Hasil yang diperoleh dari analisis kualitatif yaitu 65% konsumen adalah wanita, 61% konsumen dengan status belum kawin, 41% konsumen berusia 21-30 tahun, 37% konsumen berpenghasilan/uang saku tiap bulannya antara  $100.000 \leq x < 300.000$ , 66% konsumen berbelanja 2-4 kali tiap bulannya, 45% konsumen berpendidikan tinggi, 31% konsumen adalah mahasiswa, 44,64% konsumen berbelanja menggunakan sepeda motor, 63% konsumen berbelanja pada malam hari, 26,69% adalah supermarket Matahari yang sering dikunjungi, 42,98% yang mempengaruhi konsumen dalam memilih sebuah toko adalah teman.



### ABSTRACT

This research was done in MIROTA KAMPUS Supermarket on jalan GODEAN. The purposes of the research are to know the profile and the custom of consumers and to know whether there are differences of consumers attitudes toward product, price, location and service attributes according to their education. The research uses a sample taking technique by Purposive Sampling Method, with 100 respondents as samples. The data gathering was done by using questionnaires distributed to consumers of MIROTA KAMPUS Supermarket on jalan GODEAN.

The data analysis technique used by the writer are qualitative and Chi-Square analysis. The qualitative analysis is used to know the profile and the custom of consumers. The Chi-Square analysis is used to know whether there are differences of attitudes among the consumers of MIROTA KAMPUS Supermarket on Jalan GODEAN toward product, price, location and service attributes according to their education level.

The results of the qualitative analysis are 65% of consumers are women, 61% of consumers with unmarried status, 41% of consumers are 21-30 years old, 37% of consumers have income between Rp 100.000,00 to Rp 300.000,00 per month, 66% of consumers do their shoppings 2-4 times per month, 45% of consumers have higher education, 31% of consumers are college students, 44,64% of consumers do their shopping by riding their motor