

INTISARI

Skripsi ini merupakan laporan hasil penelitian “ANALISIS EFEKTIVITAS MARKETING MIX PADA TOSERBA LARIS DI KLATEN”. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis efektivitas *marketing mix* yang diterapkan oleh Toserba Laris Klaten, menganalisis variabel *marketing mix* yang paling efektif dapat menarik konsumen berbelanja pada Toserba Laris Klaten serta menganalisis apakah terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut *marketing mix* berdasarkan karakteristik konsumen yang meliputi: tingkat pendidikan dan jenis pekerjaan.

Penelitian ini menggunakan metode kuesioner dengan memberikan daftar pertanyaan, metode wawancara/interview langsung kepada karyawan dan konsumen Toserba Laris Klaten, Selanjutnya data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis diskriptif, analisis *Fishbein's Attitude Model* dan analisis *Chy Square test*.

Berdasarkan analisis *Fishbein's Attitude Model* diketahui sikap responden terhadap penerapan strategi *marketing mix* pada Toserba Laris Klaten yang menunjukkan bahwa penerapan strategi *marketing mix* pada toserba Laris Klaten sudah efektif serta variabel *marketing mix* yang paling efektif dapat menarik konsumen berbelanja di Toserba Laris Klaten adalah variabel harga.

Berdasarkan analisis *Chy Square test* karakteristik responden yang meliputi: tingkat pendidikan dan jenis pekerjaan dapat disimpulkan secara rata-rata tidak terdapat perbedaan yang signifikan terhadap atribut-atribut *marketing mix* pada Toserba Laris Klaten yang meliputi: atribut keragaman produk, kualitas produk, kemasan produk, harga yang murah, harga yang lebih murah dibanding harga pesaing, variasi harga, lokasi, tata ruang, suasana, iklan, potongan harga dan atribut kupon hadiah, sehingga Toserba Laris Klaten tidak melakukan segmentasi pasar dan menerapkan strategi *marketing mix* yang sama untuk semua konsumennya.

Kata kunci: Efektivitas, *Marketing mix*, Toserba.

ABSTRACT

This Skripsi represent the report result of research "ANALISIS EFEKTIVITAS MARKETING MIX PADA TOSERBA LARIS DI KLATEN". As for target of this research to analyze the effectiveness of *marketing mix* applied by Toserba Laris Klaten, analyzing most effective variable *marketing mix* can draw the consumer go shopping at Toserba Laris Klaten and also analyze of whether there are difference of consumer assessment to attribute of *marketing mix* of pursuant to consumer characteristic covering level of education and work type.

This research use the method questioner by giving questionnaire, method interview / direct interview to employees and consumer Toserba Laris Klaten, Hereinafter data obtained by analysis with using analysis descriptive, analysis the *Fishbein's Attitude Model* and analysis the *Chy Square test*.

Pursuant to analysis of *Fishbein's Attitude Model* known by the responder attitude to applying of strategy of *marketing mix* at Toserba Laris Klaten indicating that applying of strategy of *marketing mix* at Toserba Laris Klaten have effective and also variable marketing mix which more effective can draw the consumer shop at the Toserba Laris Klaten is price variable.

Pursuant to analysis of *Chy Square test* the responder characteristic covering level of education and inferential work type in mean do not there are difference which significant to attribute of *marketing mix* at Toserba Laris Klaten covering attribute of various product of product quality, packing product, cheap price, cheaper price compared to by price competitor, variation of price, planology location, atmosphere, advertisement, discount and coupon attribute have prize, so that Toserba Laris Klaten do not conduct the market segmentation and apply the same strategy marketing mix for all its consumer.

Keyword: Effectifity, Marketing Mix, Toserba.