

Kode>Nama Rumpun Ilmu : 574/ Pemasaran

LAPORAN AKHIR

PENELITIAN PRODUK TERAPAN

Nomor Kontrak : 048/PL9.1.4/LT/2017



JUDUL PENELITIAN

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
CUSTOMER SHOPPING BEHAVIOUR
PADA RITEL MODERN DI SUMATERA BARAT**

Tahun Ke-1 dari Rencana 2 Tahun

TIM PENELITIAN :

KETUA PENELITIAN : NURHAYATI, SE, MM
NIDN : 0004057706
ANGGOTA PENELITIAN : IKA YUANITA, SE, MM
NIDN : 0004128202

**JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI PADANG
PADANG, OKTOBER 2017**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Customer Shopping Behaviour Pada Ritel Modern Di Sumatera Barat

Peneliti/Pelaksana

Nama Lengkap : NURHAYATI, S.E., M.M
Perguruan Tinggi : Politeknik Negeri Padang
NIDN : 0004057706
Jabatan Fungsional : Lektor
Program Studi : Administrasi Bisnis
Nomor HP : 081374505075
Alamat surel (e-mail) : yati.utama@yahoo.co.id

Anggota (1)

Nama Lengkap : IKA YUANITA S.E., M.M
NIDN : 0004128202
Perguruan Tinggi : Politeknik Negeri Padang

Institusi Mitra (jika ada)

Nama Institusi Mitra : -
Alamat : -
Penanggung Jawab : -
Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 1 dari rencana 2 tahun
Biaya Tahun Berjalan : Rp 55,000,000
Biaya Keseluruhan : Rp 150,000,000

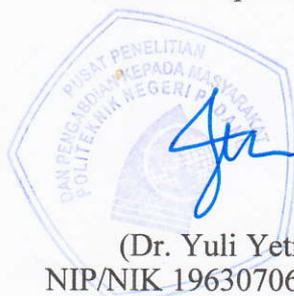
Mengetahui,
Kajur Administrasi Niaga PNP

(Noviryan Trinanto, SE,M.Si)
NIP/NIK 197611082000121001

Kota Padang, 18 - 10 - 2017
Ketua,

(NURHAYATI, S.E., M.M)
NIP/NIK 197705042005012003

Menyetujui,
Wakil Kepala. P3M PNP


(Dr. Yuli Yetri.,M.Si)
NIP/NIK 196307061990032002

RINGKASAN PROPOSAL PENELITIAN

Pertumbuhan perdagangan modern yang ditandai dengan pertumbuhan pusat belanja dan toko modern didorong oleh urbanisasi, peningkatan pendapatan penduduk dan perubahan gaya hidup. Pertumbuhan pusat belanja dan toko modern pada dasarnya merupakan gambaran dari peningkatan standar hidup masyarakat. Keberadaan pusat belanja dibutuhkan sebagai sarana pemasaran bagi jaringan ritel nasional maupun multinasional. Perubahan gaya hidup konsumen telah disikapi oleh pengelola pusat belanja dan toko modern dengan melakukan perubahan konsep dan format toko atau ruang usaha sesuai dengan keinginan konsumen akan suasana belanja yang lebih santai dan nyaman.

Bisnis Ritel di Indonesia secara umum dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu, ritel modern dan ritel tradisional. Ritel modern sebenarnya merupakan pengembangan dari ritel tradisional, yang pada praktiknya mengaplikasikan konsep yang modern, pemanfaatan teknologi, dan mengakomodasi perkembangan gaya hidup di masyarakat. Terutama jika mengamati jumlah populasi penduduk Indonesia pada tahun 2015 yang diperkirakan mencapai kurang lebih 250 juta jiwa. Kebiasaan berbelanja masyarakat saat ini pun juga bergeser, hingga pasar modern selalu diminati masyarakat. Oleh sebab itu maka potensi pertumbuhan ritel modern akan lebih cepat pada semua kota di Indonesia.

Penduduk Sumatera Barat ini sampai tahun 2016 lalu telah mencapai 5.259.528 jiwa lebih yang selalu meningkat setiap tahunnya yang tersebar pada 12 (dua belas) Kabupaten dan 7 (tujuh) kota madya (BPS,2016). Masyarakat Kota maupun daerah atau kabupaten beberapa tahun terakhir ini sudah terjadi pergeseran dalam perilaku berbelanjanya, dalam pilihan tempat dan cara berbelanja konsumen di Sumatera Barat ini masyarakat sudah lebih cenderung berbelanja pada ritel modern dari pada ritel tradisional. Hal ini dapat di lihat dan dibuktikan dengan selalu ramainya masyarakat yang berbelanja (Shopping) dan mengunjungi berbagai tempat ritel modern setiap harinya terutama di akhir pekan, hari libur dan awal bulan serta hari besar agama. Fenomena ini menunjukkan pada umumnya konsumen sudah mengalami perubahan perilaku dalam berbelanja yang sudah cenderung lebih memilih ritel modern dari pada ritel tradisional.

Permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu ; faktor – faktor yang mempengaruhi Customer Shopping Behaviour Pada Ritel Modern Di Sumatera Barat. Sampel dari penelitian ini: konsumen ritel modern di Sumatera Barat sebanyak 200 responden dengan menggunakan teknik sampling accidental Non Probability sampling. Teknik analisa data yang akan digunakan adalah menggunakan analisi faktor.

Keywords : *Customer Shopping, Behaviour, Ritel Modern, Business*