ABSTRAK

Shenny Sanastasya, Analisis Pelaksanaan Bauran Eceran Pada Restoran BMC (*bandoengsche melk central*) Outlet Aceh Bandung, di bawah bimbingan Rizki Zulfikar SE.,M.Si

Dalam melakukan aktivitas penjualan, pengecer melakukan strategi yang berorientasi pada pemenuhan kebutuhan konsumen, dimana strategi pemasaran dicerminkan sebagai suatu program yang dikenal istilah bauran eceran (retailing mix). Pelaksanaan bauran eceran yang baik dan tepat diharapkan dapat membuat konsumen akan mempunyai prilaku yang positif terhadap restorannya yaitu perilaku dimana konsumen datang kembali ke Restoran BMC outlet Aceh Bandung.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pelaksanaan bauran eceran (retailing mix) pada Restoran BMC Outlet Aceh Bandung, serta tanggapan responden terhadap pelaksanaan bauran eceran (retailing mix) pada Restoran BMC Outlet Aceh Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang pelaksanaan bauran eceran (retailing mix) Restoran BMC Outlet Aceh Bandung. Populasi adalah pengunjung Restoran BMC Outlet Aceh Bandung yang jumlah sampelnya sebanyak 100 orang, dengan menggunakan teknik random sampling. Sedangkan analisa yang dipakai adalah analisa deskriptif digunakan tabel dalam bentuk jumlah dan persentase.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa tanggapan responden terhadap bauran eceran pada Restoran BMC Outlet Aceh Bandung termasuk kategori cukup baik dengan total skor sebesar 3838 atau 63,96%

Kata kunci : Pelaksanaan Bauran Eceran (Retailing Mix)