ABSTRAK

NELA NURITA SARI / 21408017 / Analisis Bauran Eceran Pada Toko Kopi Morning Glory Bandung / Dibawah Bimbingan Raeny Dwisanty.SE.,M.Si.

Dalam melakukan aktivitas penjualan, pengecer melakukan strategi yang berorientasi pada pemenuhan kebutuhan konsumen, dimana strategi pemasaran dicerminkan sebagai suatu program yang di kenal istilah bauran eceran (*retailing mix*). Pelaksanaan bauran eceran yang baik dan tepat diharapkan dapat membuat konsumen akan mempunyai perilaku positif terhadap tokonya yaitu perilaku dimana konsumen tetap harus berbelanja kembali pada Toko Kopi Morning Glory Bandung.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pelaksanaan bauran eceran (*retailing mix*) pada Toko Kopi Morning Glory Bandung, serta tanggapan responden terhadap pelaksanaan bauran eceran (*retailing mix*) pada Toko Kopi Morning Glory Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang pelaksanaan bauran eceran (*retailing mix*) toko Toko Kopi Morning Glory Bandung. Populasi adalah pengunjung toko Toko Kopi Morning Glory yang jumlah sampelnya sebanyak 100 orang, dengan menggunakan sensus Sedangkan analisa yang dipakai adalah analisis deskriptif digunakan tabel dalam bentuk jumlah dan presentase.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap Pelaksanaan Bauran Eceran pada toko Kopi Morning Glory Bandung termasuk kategori baik dengan total skor sebesar 5407 atau 72,01 %.

Kata kunci : Bauran Eceran (*Retailing Mix*)

ABSTRACT

NELA NURITA SARI / 21408017 / *Analysis Retail Mixed In Morning Glory Coffee Shop Bandung* / Under Guidance Raeny Dwisanty.SE., M.Si.

In conducting sales activities, retailers pursuing a strategy oriented to the needs of consumers, which reflected the marketing strategy as a program in terms familiar mix of retail (retailing mix). Implementation of a good retail mix and the right is expected to make consumers will have a positive attitude towards the behavior of his store where consumers still have to shop again at Morning Glory Coffee Shop Bandung.

The study was conducted to determine the implementation of the mix of retail (retailing mix) Morning Glory Coffee Shop in Bandung, as well as the responses of respondents toward the implementation of the mix of retail (retailing mix) Morning Glory Coffee Shop in Bandung.

The method used in this research is descriptive research that aims to gain an overview of the implementation of the mix of retail (retailing mix) Morning Glory Coffee Shop store Bandung. Populations are visitor Morning Glory Coffee Shop store the number of samples as many as 100 people, using census While the analysis used is descriptive analysis used a table in the form of numbers and percentages.

The results of this study indicate that respondents to the Implementation of Retail Mix in the Morning Glory Coffee shop Bandung including both categories with a total score of 5407 or 72.01%.

Key words: Retailing Mix