ABSTRAK

Abdul Rokhim, 2015. "*Strategi Bauran Pemasaran Ritel Reny Swalayan-ku di Sidoarjo*".

Skripsi ini adalah hasil penelitian lapangan dengan judul "**Strategi Bauran Pemasaran Ritel Reny Swalayan-ku di Sidoarjo**". Penelitian ini bertujuan untuk menjawab permasalahan tentang bagaimana strategi bauran pemasaran ritel Reny Swalayan-ku.

Data dikumpulkan melalui teknik wawancara dan dokumentasi, kemudian dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif dan kesimpulannya diperoleh dan diambil dengan pola pikir deduktif.

Hasil penelitian menyebutkan bahwa: Strategi bauran pemasaran ritel Reny Swalayan-ku meliputi 6 (enam) Variabel yaitu meliputi keragaman Produk (*Produk Assortment* atau *merchandise*), Layanan, *Atmosfer took*, harga, promosi dan lokasi toko sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Christina Whidya Utami, Hendri Ma'ruf dan Bob Foster. Berikut adalah uraian dari variabel bauran pemasaran ritel Reny Swalayan-ku:

Yang pertama adalah Produk (*Product Assortment* atau *merchandise*). Reny Swalayan-ku yaitu meliputi produk pokok dan produk pelengkap, dan berbagai macam peralatan dapur, selain itu produk yang ditawarkan mendapatkan pengawasan dari BPOM dan lisensi halal.

Yang kedua adalah pelayanan. Pelayanan yang dimaksud di Reny Swalayan-ku ini yaitu mengutamakan keramah-tamahan, penampilan atau berseragam, bersikap sopan santun, serta dilengkapi dengan kereta dorong, tempat parkir dan pelayanan *Delivery Order*.

Bauran pemasaran yang ketiga adalah Fasilitas Fisik (*Atmosfer took*). Fasilitas fisik Reny swalayan-ku ini meliputi desain interior dan eksterior.

Bauran pemasaran yang keempat adalah Harga. Untuk harga produk Reny Swalayan-ku, pihak manajemen menetapkan harga produk melalui survei harga di gerai minimarket-minimarket yang ada di sekeliling perusahaan kemudian mengkalkulasi harga produk dan mengambil untung kurang lebih 2-10% dari harga beli produk dari distributor.

Bauran pemasaran yang kelima adalah Promosi. Media promosi Reny Swalayan-ku ialah meliputi *discount*, reklame, banner dan juga melakukan kegiatan bazar setiap sore hari.

Dan bauran pemasaran yang keenam adalah lokasi. lokasi toko Reny Swalayan-ku terletak di jalan Brigjen Katamso Kota Waru-Kabupaten Sidoarjo. Penempatan lokasi ini dipilih karena letaknya yang strategis, dimana letak lokasi ini berada pada pusat keramaian kota. Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam penerapan strategi bauran pemasaran ritel yang maksimal akan dapat membantu dalam meningkatkan proses pemasaran perusahaan ritel.

Kata Kunci: Strategi Bauran Pemasaran Ritel

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id