SARI

Mad Zani. 2011. " Analisis Strategi Bauran Pemasaran Eceran *(Retail Marketing Mix)* Yang Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Maharani Swalayan Demak". Skripsi. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang. Pembimbing I Prof. Dr. Achmad Slamet M. Si, Pembimbing II Sri Wartini, SE. MM.

Kata Kunci : Strategi Bauran Pemasaran Eceran, Kepuasan Konsumen.

Suatu perusahaan jasa jika ingin tetap bertahan dan bersaing serta mampu mengembangkan bisnisnya harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen agar tercipta suatu kepuasan Maharani Swalayan sebagai perusahaan yang bergerak dibidang ritel yang menawarkan barang-barang kebutuhan rumah tangga bagi masyarakat dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang baik dimata konsumen, hal ini dilakukan dengan harapan kepuasan konsumen terpenuhi sehingga mampu bersaing dengan perusahaan ritel sejenis lainnya. Permasalahan yang timbul dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana faktor Keragaman Produk, Layanan Toko, Atmosfer Toko, Harga, Promosi dan Lokasi dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen Maharani Swalayan. Penelitian ini bertujuan untuk mendiskripsikan dan menganalisis faktor Keragaman Produk, Layanan Toko, Atmosfer Toko, Harga, Promosi dan Lokasi dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen Maharani Swalayan.

Populasi yang diambil adalah konsumen Maharani Swalayan, dimana setiap orang yang melakukan aktivitas berbelanja pada Maharani Swalayan. Sampel yang diambil sebanyak 103 konsumen. Variabel dalam penelitian ini adalah tingkat kepuasan konsumen mengenai kinerja Maharani Swalayan yang terdiri dari variabel Keragaman Produk, Layanan Toko, Atmosfer Toko, Harga, Promosi dan Lokasi. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Analisis yang digunakan adalah *Wilcoxon Signed Rank Test.*

Hasil analisis dengan menggunakan perhitungan *Wilcoxon Signed Rank Test* menunjukkan bahwa pada keenam faktor yang diukur untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen , diketahui bahwa pelanggan merasa sangat puas dengan kinerja Maharani Swalayan dalam memberikan pelayanan pada faktor Keragaman Produk, Layanan Toko, Harga, Promosi dan Lokasi, sedangkan pelanggan merasa tidak puas dengan kinerja Maharani Swalayan dalam faktor Atmosfer Toko

Dalam penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan konsumen sangat puas dengan kinerja yang diberikan Maharani Swalayan pada lima faktor yaitu: keragaman produk, layanan toko, keputusan harga, keputusan promosi, keputusan tempat. Konsumen merasa tidak puas pada faktor Atmosfer toko. Maharani Swalayan hendaknya berusaha meningkatkan kinerja pada indikator atmosfer toko dengan cara menata ulang tampilan *lay out*, penataan barang serta memperbaiki suasana internal toko.