



LAMPIRAN

Lampiran 1

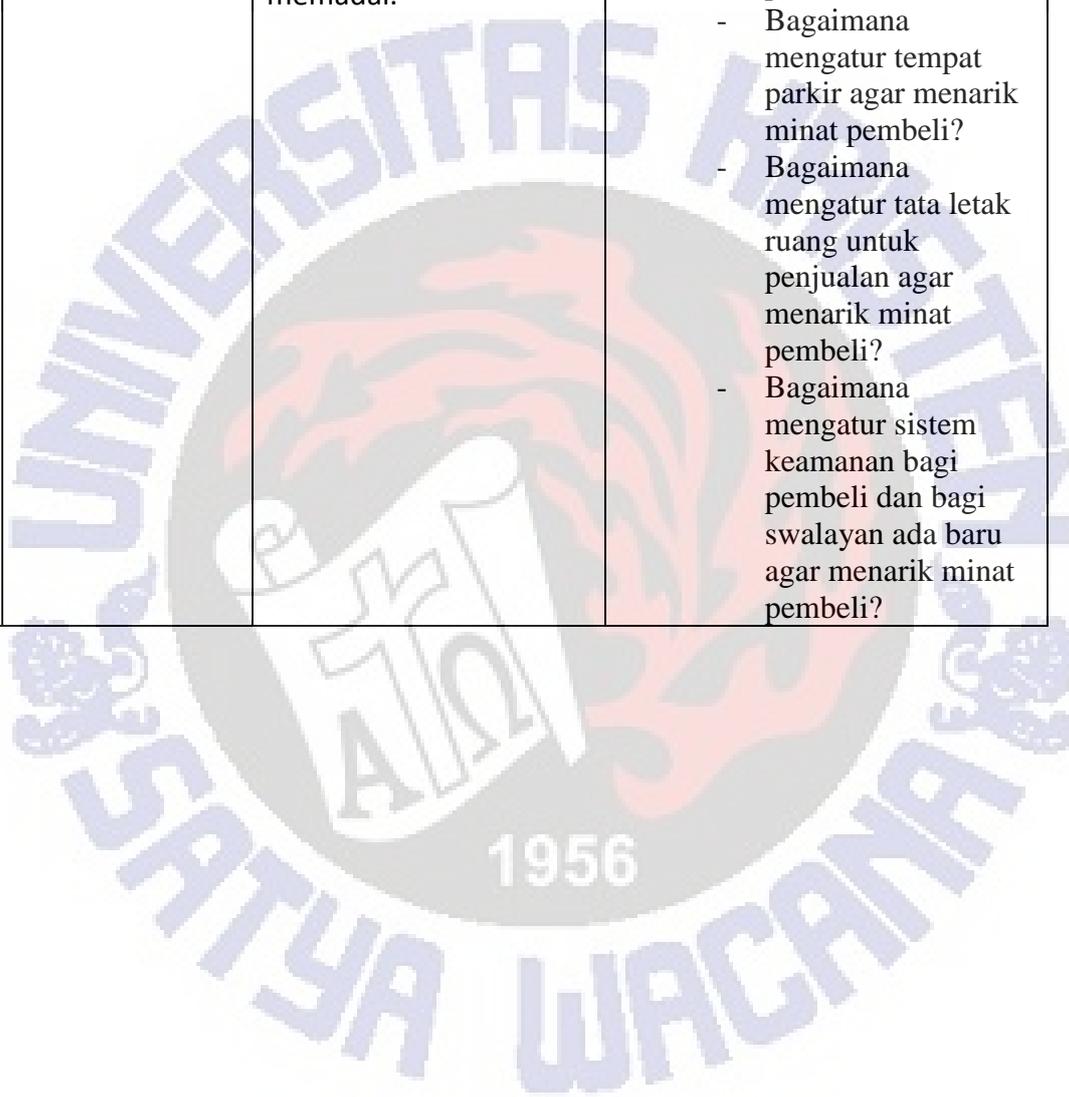
INSTRUMEN PENELITIAN WAWANCARA MENDALAM STRATEGI MARKETING
MIX TOSERBA ADA BARU DI SALATIGA

Identitas Narasumber (Karyawan/Pegawai Swalayan Ada Baru) :

Nama Responden :

No	Retailing mix	Definisi	Pertanyaan
1.	Price (Harga)	Harga adalah jumlah nilai atau uang yang dipertukarkan konsumen untuk memiliki atau menggunakan produk atau jasa.	<ul style="list-style-type: none"> - Bagaimana menentukan harga yang dapat menarik minat pembeli? - Bagaimana menentukan tingkat harga yang dapat menarik minat pembeli? - Bagaimana menentukan potongan harga agar menarik minat pembeli?
2.	Product (produk)	Produk adalah bentuk penawaran organisasi jasa yang ditujukan untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan.	<ul style="list-style-type: none"> - Bagaimana menentukan produk yang akan dijual agar menarik minat pembeli? - Bagaimana cara memperkenalkan produk yang dijual di swalayan ada baru agar menarik minat pembeli?
3.	Promotion (promosi)	Promosi adalah bauran promosi tradisional meliputi berbagai metode untuk mengomunikasikan manfaat jasa kepada pelanggan potensial dan	<ul style="list-style-type: none"> - Bagaimana cara swalayan ada baru menarik minat pembeli? - Bagaimana cara

		aktual	swalayan ada baru memperkenalkan kepada calon pembeli atau masyarakat?
4.	Place (tempat)	Tempat adalah lokasi yang terjangkau oleh fasilitas transportasi serta tempat parkir yang memadai.	<ul style="list-style-type: none"> - Bagaimana mengatur tempat yang strategis agar menarik minat pembeli? - Bagaimana mengatur tempat parkir agar menarik minat pembeli? - Bagaimana mengatur tata letak ruang untuk penjualan agar menarik minat pembeli? - Bagaimana mengatur sistem keamanan bagi pembeli dan bagi swalayan ada baru agar menarik minat pembeli?



Lampiran 2

Pedoman Wawancara Strategi Marketing mix Toserba Ada Baru di Salatiga

PEDOMAN WAWANCARA (Manager)

1. Bapak / Ibu apakah di Swalayan Ada Baru menggunakan komponen – komponen tertentu dari marketing mix (pasar eceran)?
2. Apa saja tugas Bapak selaku manajer di Swalayan Ada Baru?
3. Kapan didirikan Swalayan Ada Baru? Dan siapa saja yang mendukung terbentuknya Swalayan Ada Baru?
4. Apakah di Swalayan Ada Baru menggunakan strategi marketing mix (pasar eceran)?
5. Apakah tujuan dari strategi marketing mix (pasar eceran)?
6. Adakah pertimbangan apa saja yang dilakukan oleh swalayan Ada Baru dalam penggunaan strategi marketing mix (pasar eceran)?
7. Menurut Hartley ada 6 kategori yang merupakan komponen dari marketing mix (pasar eceran) yaitu kenyamanan berbelanja, keanekaragaman barang, kualitas dan fashion level barang, pelayanan, harga, dan daya tarik toko. Apakah di

Swalayan Ada Baru menggunakan komponen-komponen tersebut?

PEDOMAN WAWANCARA (Supervisor)

1. Apa saja tugas Mbak selaku Supervisor di Swalayan Ada Baru?
2. Apa saja resiko yang mungkin terjadi di dalam penggunaan strategi marketing mix (Pasar eceran)?
3. Bagaimana pemberian standar harga pada produk-produk yang sama?
4. Komponen produk apa saja yang dipasarkan di Swalayan Ada Baru?

PEDOMAN WAWANCARA (Pramuniaga)

1. Apa saja tugas selaku pramuniaga di Swalayan Ada Baru?
2. Bagaimana cara Anda dalam menawarkan produk yang ada di Swalayan Ada Baru kepada pelanggan?
3. Bagaimana cara Anda dalam mengawasi dan menjaga kebersihan produk-produk di Swalayan Ada Baru?

4. Bagaimana Anda dalam mengatur tata letak produk-produk yang ada di Swalayan Ada Baru?

PEDOMAN WAWANCARA (Pelanggan)

1. Bagaimana kesan-kesan Anda setelah Anda berbelanja di Swalayan Ada Baru?
2. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh pramuniaga saat Anda berbelanja di Swalayan Ada Baru?
3. Apakah kualitas produk-produk di Swalayan Ada Baru memuaskan Anda?
4. Apakah harga di Swalayan Ada Baru dapat dijangkau oleh para pelanggan?
5. Bagaimana keanekaragaman barang yang Anda ketahui di Swalayan Ada Baru?
6. Mengapa Anda memilih Swalayan Ada Baru sebagai tempat berbelanja?

Lampiran 3

DATA COLLECTION

HASIL WAWANCARA

Nama Responden : Bapak Surya

No urut : Satu

Jabatan : Manajer

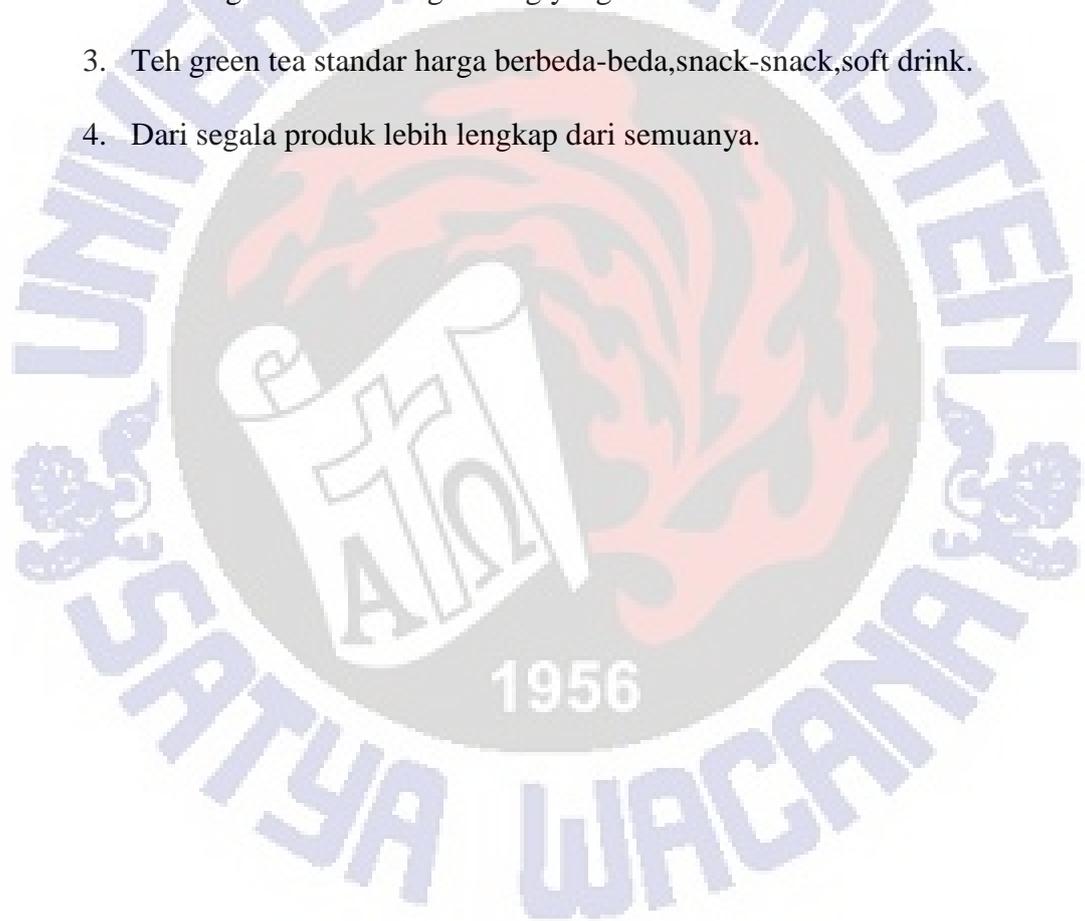
1. Ya, menggunakan.
2. Data sifatnya yang penting dan ada yang tidak penting.
3. Bapak Arifin, 21 Juli 1983.
4. Ya, menggunakan.
5. Planning, organizing, controlling dan accounting.
6. Pelanggan sekarang banyak lewat belakang.
7. Kurang kenyamanan, ada perbedaan, penerangannya bagus.

Nama Responden : ***Mbak Emi***

No urut : ***dua***

Jabatan : ***Supervisor***

1. Mengawasi semua karyawan,mengadakan promosi-promosi,input data barang ke komputer,dan melakukan order pembelian barang.
2. Pasar eceran masuknya ke pasar tradisional,resiko ada,banyak resiko dari kehilangan suatu barang-barang yang rusak.
3. Teh green tea standar harga berbeda-beda,snack-snack,soft drink.
4. Dari segala produk lebih lengkap dari semuanya.

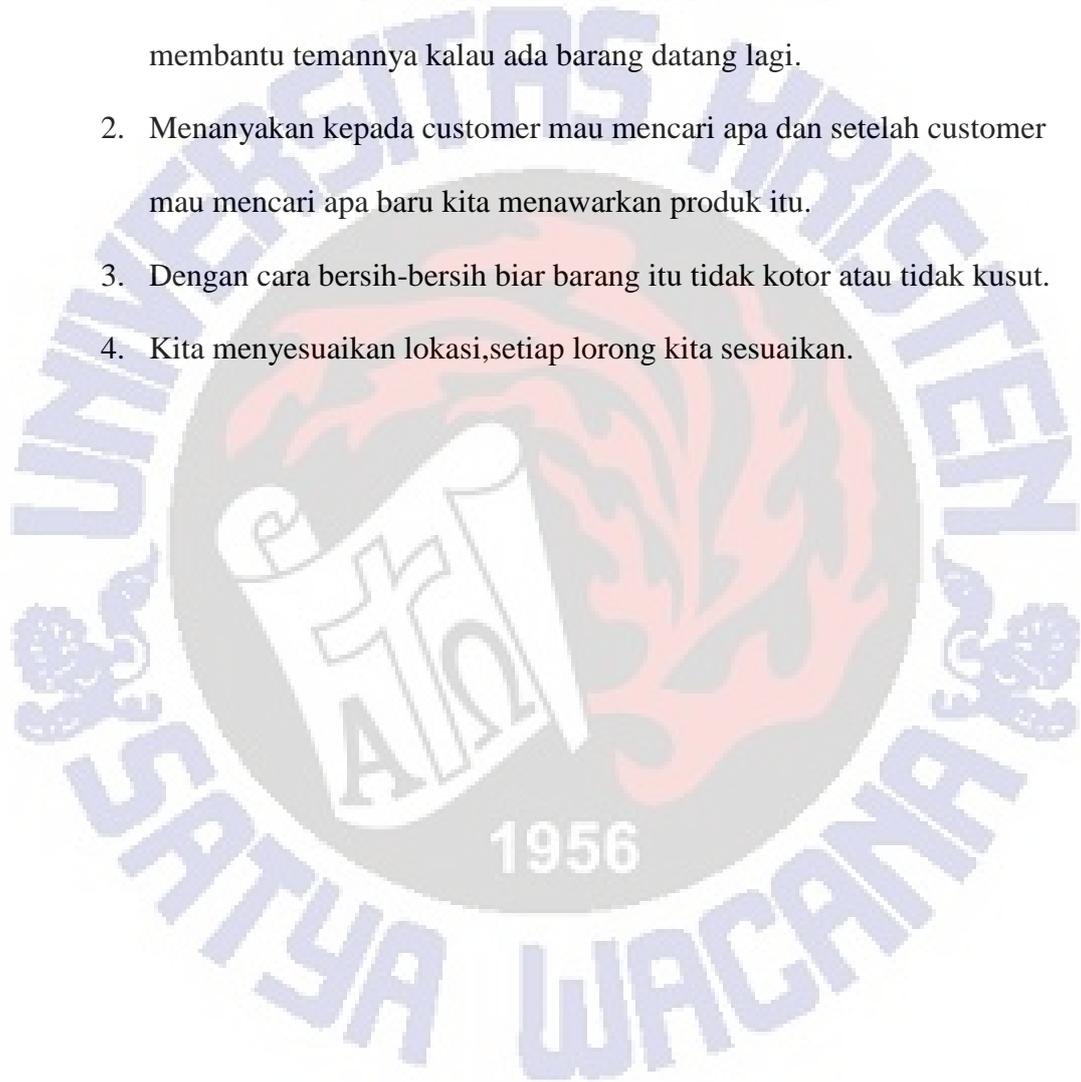


Nama Responden : ***Mbak Novi***

No urut : ***tiga***

Jabatan : ***Pramuniaga***

1. Kalau ada barang datang pramuniaga menjual barang itu,beres-beres membantu temannya kalau ada barang datang lagi.
2. Menanyakan kepada customer mau mencari apa dan setelah customer mau mencari apa baru kita menawarkan produk itu.
3. Dengan cara bersih-bersih biar barang itu tidak kotor atau tidak kusut.
4. Kita menyesuaikan lokasi,setiap lorong kita sesuaikan.



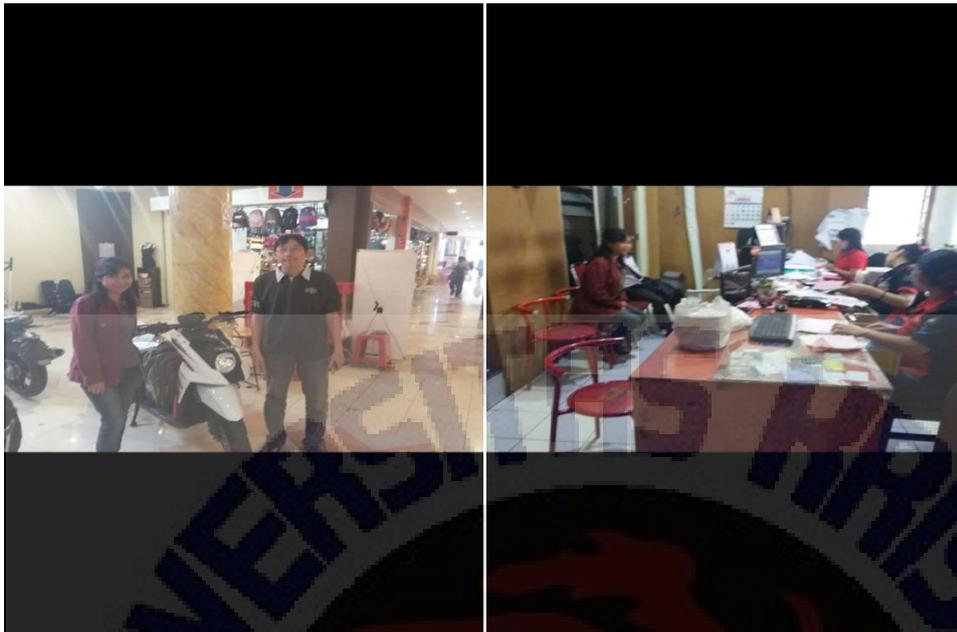
Nama Responden : ***Mbak Riani***

No urut : ***empat***

Jabatan : ***Pelanggan***

1. Lumayan baik,dekat dengan rumah.
2. Ya tidak sebgus saya belanja seperti superindo,hipermart.
3. Ya lumayan lengkap,harganya ada selisih dari Alfamart apa Indomart.
4. Iya karena lokasinya di tengah kota baik dari kalangan bawah sampai kalangan atas bisa dijangkau.
5. Lengkap,kayak produk-produk dari luar disini tidak ada produk lokal yang mendominasi dari produk-produk dari luar.
6. Karena dekat dengan rumah.

Lampiran 4





SURAT PERNYATAAN

Nomor : 678 / 5 / 59 / AB / II / 2016

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **SURYA ANGKA WIJAYA**
Jabatan : **Manager Toko Ada Baru City Walk – Salatiga**

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : **DYNNA SUKMAWANTY**
Tanggal lahir : **14 September 1990**
NIM : **162009075**
Jurusan : **Program Studi Pendidikan Ekonomi
FKIP EKONOMI
Universitas Kristen Satya Wacana - Salatiga
Tahun Angkatan 2009**

Adalah benar-benar telah melaksanakan penelitian di Toko Ada Baru City Walk Salatiga tahun pelajaran 2015 / 2016 terhitung sejak 12 September 2015 s/d 22 Februari 2016 dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul:

“Strategi Marketing Mix Pada Pasar Pengecer”
(Studi Kasus di Toserba Ada Baru Salatiga)

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya, dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Salatiga, 22 Februari 2016
Manager Toko Ada Baru City Walk
SALATIGA



Ada Baru
Pusat Belanja & Hiburan Keluarga
Jl. Jendral Sudirman No. 20 Salatiga Telp. 0298 323962 Fax. 0298-324054 Email. adabarusalatiga@yahoo.com

SURYA ANGKA WIJAYA