

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS AIRLANGGA

PROGRAM STUDI : EKONOMI ISLAM
DAFTAR No. :

ABSTRAK
SKRIPSI SARJANA EKONOMI

NAMA : ONGKY MARTHA DWIYANANDA
N.I.M. : 040914093
TAHUN PENYUSUNAN : 2014

JUDUL:

Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Promosi Ritel Modern Terhadap Keberlangsungan Usaha Ritel Tradisional di Gresik

ISI :

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari produk, harga, tempat, promosi ritel modern terhadap keberlangsungan usaha ritel tradisional di Gresik. Penelitian ini menggunakan kuesioner dalam pengambilan data primer dan pendekatan kuantitatif. Pengujian dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda, dimana variabel terikat (Y) adalah keberlangsungan usaha ritel tradisional dan variabel bebas (X) adalah produk, harga, tempat, promosi ritel modern. Sampel penelitian ini dipilih dengan menggunakan teknik purposive. Sampel penelitian ini adalah 50 pengusaha ritel tradisional yang berjarak dua kilometer dari ritel modern di Gresik.

Berdasarkan hasil pengujian F menunjukkan bahwa produk, harga, tempat dan promosi ritel modern secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keberlangsungan usaha ritel tradisional. Sementara pada hasil pengujian t menunjukkan bahwa ternyata hanya pada variabel produk, tempat dan promosi yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keberlangsungan usaha ritel tradisional sedangkan pada variabel harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keberlangsungan usaha ritel tradisional. Sebagaimana diketahui bahwa ritel modern memiliki keunggulan dari produk bervariasi, tempat strategis serta promosi menarik maka saran dari peneliti supaya para pengusaha ritel tradisional lebih kreatif dan inovatif dalam memasarkan produknya serta memberikan pelayanan yang lebih baik lagi kepada konsumen sehingga usahanya dapat terus bersaing dengan ritel modern dan terhindar dari kebangkrutan.

Kata kunci : Produk, Harga, Tempat, Promosi Ritel Modern, Ritel Tradisional, Keberlangsungan Usaha.

MINISTRIES OF EDUCATION AND CULTURE
FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS AIRLANGGA UNIVERSITY

STUDY : ISLAMIC ECONOMICS
No. LIST :

ABSTRACT

THESIS OF ISLAMIC ECONOMICS BACHELOR

NAME : ONGKY MARTHA DWIYANANDA
N.I.M. : 040914093
YEARS OF PREPARATION : 2014

TITLE :
The influence of Product, Price, Place, Promotion Modern Retail to the Business Continuity Against Traditional Retail in Gresik

CONTENTS :

This research was aimed to examine the effect of product, price, place and promotion modern retail to the business continuity of traditional retail business in Gresik. This study used questionnaires in making primary data and quantitative approaches. Tests carried out using multiple linear regression, where the dependent variable (Y) is the business continuity of traditional retail business and the independent variable (X) is the product, price, place, promotion of modern retail. This research sample selected using purposive technique. The sample was 50 traditional retailers radius of two kilometers of modern retail in Gresik.

Based on F test results showed that the product, price, place and promotion of modern retail simultaneously significant effect on the sustainability of traditional retail businesses. While the t test results showed that it was only on the variable product, place and promotion that has a significant influence on the sustainability of traditional retail business while at variable rates have no significant effect on the sustainability of traditional retail businesses. As we know that modern retail has the advantage of varied products, strategic location and attractive promotion of the suggestions from researchers that the traditional retailers are more creative and innovative in marketing their products and provide better service to the consumer so that the business can continue to compete with modern retail and avoid bankruptcy.

Keywords: Product, Price, Place, Promotion Retail Modern, Traditional Retail, Business continuity.

وزارة البحث والتكنولوجيا والتعليم العالي

جامعة إرلانغا كلية لإقتصادية والأعمال

شعبة : الإقتصاد الإسلامي

رقم التسجيل :

ملخص

بحث العلمي خريج الإقتصاد الإسلامي

اسم : ونغكي مرتى دويندى

رقم القيد : 040914093

سنة الإعداد : 2015

الموضوع:

أثر استمرارية الأعمال الحديثة التجزئة التقليدية ضد التسويق التجزئة ميكس منظور إسلامي في جريسيك

المحتويات:

تهدف هذه الدراسة إلى دراسة تأثير وجود تجارة التجزئة الحديثة لبقاء تجارة التجزئة التقليدي في مدينة جريسيك مع وجهة نظر المزيج التسويقي الإسلامي. استخدمت هذه الدراسة استبيانات في توفير البيانات الأساسية والنهج الكمي. الاختبارات التي أجريت باستخدام الانحدار الخطي المتعدد، حيث المتغير التابع (Y) هو استدامة تجارة التجزئة التقليدية والمتغير المستقل (X) هو المنتج والسعر والمكان والترويج لتجارة التجزئة الحديثة. اختيار هذه العينة البحثية باستخدام تقنية هادفة. وكانت العينة دائرة نصف قطرها 50 تجار التجزئة التقليدية للكيلومترين من التجزئة الحديثة في بلدة جريسيك. بناء على هذه النتائج التي تم الحصول عليها متعددة معادلة الانحدار الخطي هو: ه. حجم تأثير وجود تجارة التجزئة الحديثة لاستدامة تجارة التجزئة التقليدية مع أربعة متغيرات قياس المزيج التسويقي هو الحصول على قيمة من. وأظهرت نتائج الاختبار T أنه كان فقط على متغير المنتج والمكان والترويج لها تأثير كبير على استمرارية العمل التقليدية التجزئة. ويظهر ذلك مع قيمة أهمية أقل من من على المنتجات، في مكان و في الترقية. في حين أن بنسب متفاوتة ليس لها تأثير كبير على استدامة تجارة التجزئة التقليدية لما لها من قيمة أهميتها أكبر من هو. ونحن نعلم أن تجارة التجزئة الحديثة في الاستفادة من المنتجات المتنوعة، والترقيات الاستراتيجية ومثيرة ثم ما لا يقل عن تجار التجزئة التقليدية تولى اهتماما لهذه العوامل بحيث الجهود يمكن أن تتم بشكل صحيح وتجنب الإفلاس.

الألفاظ المهمة: