

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Minat Beli Konsumen Di Pasar Tradisional (Studi Kasus Di Pasar Bandung, Tulungagung)” ditulis oleh Esti Dwi Mahanani, NIM 17402163445, dengan Pembimbing Bapak Nur Aziz Muslim, M.H.I.

Secara umum pasar didefinisikan sebagai suatu mekanisme di mana penjual dan pembeli dapat menentukan harga secara bersama-sama untuk melakukan pertukaran. Pasar tradisional sebenarnya menawarkan banyak kelebihan. Selain harganya yang diberikan lebih murah, berbagai kebutuhan di pasar tradisional masih bisa ditawarkan. Pasar Bandung termasuk salah satu pasar tradisional yang masih bertahan hingga saat ini. Pasar Bandung menyediakan berbagai macam kebutuhan pokok masyarakat secara lengkap. Berada di pusat keramaian, menjadikan pasar Bandung sebagai tempat favorit bagi ibu-ibu rumah tangga dalam memenuhi kebutuhan pokoknya. Dalam meningkatkan konsumen untuk selalu belanja di pasar Bandung, para pedagang dan pihak pasar selalu mengupayakan strategi pengembangan agar konsumen merasa puas sehingga minat beli konsumen pun juga akan meningkat.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah (1) Permasalahan yang dihadapi pedagang dalam meningkatkan kepuasan dan minat beli konsumen dan (2) Strategi pengembangan dalam meningkatkan kepuasan dan minat beli konsumen di pasar subuh.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan dan pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian dilakukan di pasar Bandung, Kecamatan Bandung, Kabupaten Tulungagung. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara langsung terhadap narasumber dan dokumentasi berupa gambar.

Hasil dari penelitian ini yaitu (1) Dalam melakukan kegiatan berdagang, pedagang selalu mengutamakan kepuasan konsumen dengan bersikap ramah kepada konsumen (2) menyediakan kebutuhan konsumen secara lengkap dengan kualitas yang bagus (3) menetapkan harga sesuai dengan standar pasar tradisional yang sudah ditetapkan. Pihak pasar selalu meningkatkan pengembangan pasar dengan memberikan fasilitas-fasilitas di pasar secara lengkap, seperti menyediakan kamar mandi atau wc umum. Perbaikan sarana dan prasarana di pasar Bandung.

Kata Kunci : Strategi, Pengembangan, Kepuasan, Minat Beli, Pasar Tradisional

ABSTRACT

Thesis with the title "Development Strategies in Increasing Customer Satisfaction and Purchase Interest in Traditional Markets (Case Study in Bandung Market, Tulungagung)" was written by Esti Dwi Mahanani, NIM 17402163445, with the supervisor Mr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

In general, the market is defined as a mechanism in which sellers and buyers can set prices together to make an exchange. Traditional markets actually offer many advantages. Apart from the lower price, various needs in traditional markets are still negotiable. Bandung Market is one of the traditional markets that still exists today. Bandung market provides a complete variety of basic needs of the community. Located in the center of the crowd, making Bandung market a favorite place for housewives to fulfill their basic needs. In increasing consumers to always shop in the Bandung market, traders and the market always strive for development strategies so that consumers feel satisfied so that consumer buying interest will also increase.

The research focus in this thesis is (1) the problems faced by traders in increasing consumer satisfaction and purchase interest and (2) development strategies in increasing consumer satisfaction and buying interest in the dawn market.

This research uses a type of field research and a qualitative approach. The research location was conducted in the Bandung market, Bandung District, Tulungagung Regency. Sources of data used in this study are primary data and secondary data. Data collection techniques using observation, direct interviews with sources and documentation in the form of pictures.

The results of this study are (1) In conducting trading activities, traders always prioritize customer satisfaction by being friendly to consumers (2) providing complete consumer needs with good quality (3) setting prices in accordance with established traditional market standards. The market always improves market development by providing complete market facilities, such as providing public bathrooms or toilets. Repair of facilities and infrastructure in the Bandung market.

Keywords: **Strategy, Development, Satisfaction, Purchase Interest, Traditional Market**