

ABSTRAK

Skripsi ini adalah hasil penelitian lapangan yang berjudul “**Analisis Faktor-faktor yang dipertimbangkan Mahasiswa UIN Sunan Ampel dalam Berbelanja di Indomaret (Studi kasus di Jalan Jemur Wonosari Gang Lebar Kota Surabaya)**” ini adalah hasil penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan bagaimana Strategi Pemasaran yang dilakukan Indomaret untuk menjadikan mahasiswa UIN Sunan Ampel berbelanja di Indomaret dan bagaimana analisis faktor-faktor yang dipertimbangkan mahasiswa UIN Sunan Ampel dalam berbelanja di Indomaret.

Sumber data penelitian ini diperoleh dari data primer, yakni data yang diperoleh melalui penelitian lapangan yang dilakukan dengan cara mengadakan wawancara dan menggunakan daftar pertanyaan yang telah disusun sebelumnya dan dikembangkan saat wawancara dengan responden. Adapun responden dalam penelitian ini adalah pegawai Indomaret dan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya. Selanjutnya, data tersebut dianalisis dengan deskriptif analisis, yakni analisis yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati dengan metode yang telah ditentukan.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Strategi pemasaran yang dilakukan Indomaret untuk menarik minat Mahasiswa UIN Sunan Ampel agar berbelanja di Indomaret adalah dengan mengadakan promosi. Promosi tersebut meliputi harga heboh, super hemat, dan promosi bulan ini. Sedangkan faktor-faktor yang dipertimbangkan mahasiswa UIN Sunan Ampel berbelanja di Indomaret adalah faktor lokasi dengan jumlah responden 20 mahasiswa, faktor harga dengan jumlah responden 16 mahasiswa, faktor produk dengan jumlah responden 14 mahasiswa, faktor pelayanan dengan jumlah responden 6 mahasiswa, dan faktor promosi dengan jumlah responden 2 mahasiswa.

Sejalan dengan kesimpulan di atas, maka kepada pihak Indomaret disarankan: *Pertama*, memperhatikan tentang pelayanan pada sistem pembayaran yang kurang efektif, sehingga konsumen tidak perlu mengantri dalam pembayaran yang hanya ada satu kasir di Indomaret. *Kedua*, pihak Indomaret seharusnya meningkatkan promosi-promosi yang ada karena banyak konsumen yang kurang mengetahui kapan promosi yang itu diadakan.