

rendah. Persepsi konsumen mengenai harga, atau hanya subjektif, lebih penting daripada harga sebenarnya. Iklan harga untuk produk terkenal mungkin malah menimbulkan citra harga murah. Barang khusus yang diiklankan tetapi barangnya tidak tersedia atau salah letak di atas rak dapat menimbulkan skeptisisme dan merusak loyalitas pada toko.

4. Iklan dan Promosi

Iklan dan promosi merupakan variable yang penting, walaupun controversial sehubungan dengan pilihan toko. Keefektifannya bervariasi menurut kategori produk karena beberapa produk dan jasa memiliki sifat yang lebih menarik dibandingkan yang lain.

5. Personil Penjualan

Pengecer yang memiliki pengetahuan dan bersedia membantu konsumennya dinilai sebagai pertimbangan penting dalam pemilihan toko.

6. Pelayanan yang ditawarkan

Fasilitas swalayan yang strategis, kemudahan pengembalian barang, penyerahan, kredit, dan pelayanan barang menyeluruh semuanya ternyata merupakan pertimbangan-pertimbangan yang mempengaruhi citra toko.

7. Atribut Fisik Toko

Fasilitas seperti lift, penerangan, AC, toilet yang strategis dan mudah dilihat, tata letak, penempatan lorong dan lebarnya, pengaturan

sebesar 962, dan bukti fisik sebesar 1071. Dan baris paling bawah adalah total hasil perhitungan sikap konsumen terhadap atribut yaitu Makro sebesar 4987 dan Alfa sebesar 5020. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan konsumen lebih memilih untuk berbelanja di Alfa daripada Makro. Hal itu disebabkan selain karena lokasi yang cukup strategis (berada dekat dengan pusat kota), mesin kasir yang cukup banyak sehingga konsumen tidak perlu mengantri pada salah satu kasir dan berhak memilih kasir mana saja, juga karena Alfa didukung oleh karyawan-karyawan bekerja secara profesional, ramah dan membantu konsumen.

Urutan atribut pada Makro dari yang paling dominan mempengaruhi sikap konsumen adalah bukti fisik, jaminan, kehandalan, empati dan terakhir ketanggapan. Sedangkan pada Alfa adalah jaminan, bukti fisik, kehandalan, empati dan terakhir ketanggapan.

melayani pembelian secara grosir. Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa konsumen cenderung lebih sering memilih Alfa sebagai tempat berbelanja daripada Makro. Selain karena tersedianya produk-produk yang dijual secara eceran dan produk buah, daging serta sayuran segar, juga karena lokasinya yang cukup strategis serta adanya suatu jaminan jika terjadi selisih harga barang yang telah dibeli yaitu dengan membayar berdasarkan harga termurah. Di Alfa, jarang sekali terjadi antrian panjang karena banyaknya mesin kasir yang dioperasikan, yang didukung oleh karyawan-karyawan yang cepat, tanggap, dan mengutamakan keramahan dalam melayani konsumen. Akan tetapi, beberapa konsumen mengeluhka terhadap penataan produk yang terlihat kurang rapi, gerai yang sempit dan sumpek terutama jika banyak konsumen yang berbelanja, kebersihan yang kurang terjaga serta area parkir kendaraan bermotor yang kurang luas. Untuk itu, Alfa sebaiknya lebih memperhatikan bukti fisik yang telah ada misalnya dengan memperluas area parkir kendaraan bermotor, lebih memperhatikan kebersihan gerai, melakukan penataan ulang terhadap produk-produk yang dijual sehingga gerai tidak terlihat sempit dan sumpek.