

Abstraksi

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap Toko Buku Diskon Togamas Yogyakarta berdasarkan atribut toko yang mengacu pada konsep *Retail Marketing Mix*. Atribut tersebut adalah harga, lokasi, *merchandise* atau barang-barang yang dijual, iklan&prpmosi, *retail service* atau jasa pelayanan, dan suasana dalam toko. Persepsi konsumen yang ingin diketahui dilihat berdasarkan karakteristik konsumen, yaitu jenis kelamin, jenjang pendidikan dan usia.

Penelitian ini menggunakan metode survey dengan kuisioner sebagai instrumen pengumpul datanya. Objek penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di Toko Buku Diskon Togamas. Sampel ditentukan secara acak berdasarkan metode *simple random sampling* yang ditemui secara *accidental*. Survey dilakukan di Toko Buku Diskon Togamas. Metode analisis menggunakan analisis indeks persepsi dan analisis kruskal-wallis atau uji H.

Hasil penelitian menyimpulkan; persepsi konsumen terhadap Toko Buku Diskon Togamas adalah positif. Atribut yang paling dominan membentuk persepsi konsumen terhadap Toko Buku Diskon Togamas adalah atribut *harga* sedangkan uji H menyatakan bahwa tidak terdapat persepsi konsumen terhadap Toko Buku Diskon Togamas berdasarkan ketiga karakteristik konsumen tersebut diatas.

Kata kunci : *Persepsi, Persepsi Konsumen, Retail Marketing Mix*