

## Upaya agar konsumen memilih untuk berbelanja di Distro (Distribution Outlet) "X" Bandung.

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20306055&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Distro (Distribution Outlet X yang berdiri di akhir tahun 1999 merupakan salah satu jenis usaha eceran yang menjual produk pakaian jadi dan merchandise musik. Harga dari produk dan merchandise tersebut sudah merupakan harga pasti yang tidak dapat ditawar oleh konsumen. Pada umumnya konsumen yang berbelanja di distro X ini adalah kalangan remaja (SMP dan SMU) serta dewasa awal (mahasiswa). Setelah tiga tahun berdiri, distro X menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan, ditandai oleh peningkatan jumlah konsumen dan peningkatan pendapatan. Sebagai usaha yang tengah berkembang distro X perlu memahami faktor-faktor yang mendasari konsumennya dalam memilih berbelanja di distro X sehingga dapat dicari upaya untuk mengembangkan distro X agar dapat menarik lebih banyak lagi konsumen.

<br><br>

Melalui analisis yang dilakukan berdasarkan hasil observasi di distro X dan wawancara terhadap para pemilik dan pegawai di distro X, serta dengan melihat atribut-atribut score choice menurut Loudon dan Bitta (Consumer Behavior, 1995) didapat data yang menggambarkan beberapa kelebihan dan kekurangan yang dimiliki distro.

<br><br>

Berdasarkan data tersebut, penulis memberikan saran yang terbagi atas dua, yaitu saran yang bersifat jangka pendek, meliputi beberapa alternatif penyelesaian masalah yang dirasakan saat ini, serta saran yang bersifat jangka panjang yang meliputi beberapa alternatif dalam menyikapi perkembangan distro "X" sendiri.