

## ABSTRAK

Skripsi ini membahas tentang analisis perbandingan persepsi konsumen *Minimarket* Indomaret dengan Alfamart, Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 93 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*, sedangkan alat analisis yang digunakan pertama menggunakan Tabel Distribusi Frekuensi, kedua Menggunakan Uji t ( T-test ), dan ketiga menggunakan Uji Chi Square ( Chi Square test ) .

Hasil penelitian dengan menggunakan uji t didapatkan nilai t pada equal variance assumed adalah 1,422 dengan probabilitas signifikansi  $0,157 > 0,05$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa populasi persepsi konsumen antara responden Indomaret dan Alfamart adalah tidak ada perbedaan yang signifikan, sedangkan dengan Uji Chi Square didapatkan nilai Chi Square hitung sebesar 48,989 dan 42,269. Dengan  $df = 18$  dan  $19$ , taraf kesalahan 5 %, didapatkan Chi Square Tabel sebesar 28,88 dan 30,15. Nilai Chi Square hitung ternyata lebih besar dari pada harga Chi Square Tabel ( $48,989 > 28,88$ ) dan ( $42,269 > 30,15$ ), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya ada perbedaan antara persepsi konsumen Minimarket Alfamart dengan persepsi konsumen Minimarket Indomaret .

Kata Kunci :Persepsi Konsumen Indomaret,Persepsi Konsumen Alfamart ,  
Perbandingan Persepsi Indomaret Dengan Alfamart .