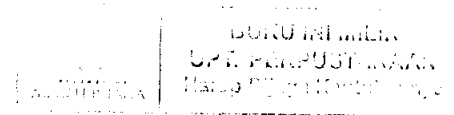




MERCU BUANA



Name : Jusuf Fadilah

Nim: 55211110068

Consumer Insight Teenager at Seating Area Convenience Store 7-Eleven

Number Of Page : xv + 141 Page

Bibliography : 25 Books + 6 Thesis + 6 Journals + 5 Internets

ABSTRACT

This study sought to determine consumer insight teenage consumers in seating area 7 - Eleven convenience stores . While the research object is the 10 consumer teenagers hanging out at the 7-Eleven convenience stores.

This study used a descriptive research design with qualitative approach, which is characterized by activities of collecting data and interpreting descriptive data about the situation experienced in order to explain the meaning corresponding to the phenomenon under study, through observation and interview approaches that focus on adolescent consumers who hang out at convenience stores 7 - Eleven.

Based on the findings obtained by the authors, this study found four categories of consumers teenagers who hang out at the 7 -Eleven convenience stores, namely : Sevelgadget, Sevelita, Sevelholic and Sevelmix, where these categories represent of teenager who love to hang out in seating area 7 - Eleven convenience stores.

This research provides advice to consumers teenager who likes to hang out at the 7 -Eleven convenience stores to spend their time more wisely, also suggestions for the seating area providers, to better maintain and improve facilities and infrastructure seating area so consumers, especially consumers adolescents feel comfortable to spend time there.

Keywords : Consumer Insight, Seating Area, Convenience Store 7-Eleven



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



MERCU BUANA

Nama: Jusuf Fadilah

Nim: 55211110068

Consumer Insight Remaja Pada Seating Area Convenience Store 7-Eleven

Jumlah halaman : xv + 141 Halaman

Daftar Pustaka : 25 Buku + 6 Tesis + 6 Jurnal + 5 Internet

ABSTRAKSI

Penelitian ini berupaya untuk mengetahui consumer insight konsumen remaja pada seating area convenience store 7-Eleven. Sementara objek penelitiannya adalah 10 konsumen remaja yang senang nongkrong di convenience store 7-Eleven.

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yang bercirikan kegiatan mengumpulkan data deskriptif dan menafsirkan data tentang situasi yang dialami sehingga dapat menjelaskan makna yang sesuai dengan fenomena yang diteliti, melalui pendekatan observasi dan wawancara yang berfokus kepada konsumen remaja yang nongkrong di convenience store 7-Eleven.

Berdasarkan temuan temuan yang didapat oleh penulis, penelitian ini menemukan 4 kategori konsumen remaja yang nongkrong di convenience store 7-Eleven, yaitu : Sevelgadget, Sevelita, Sevelholic dan Sevelmix, dimana kategori-kategori tersebut mewakili dari anak-anak remaja yang senang untuk nongkrong di seating area convenience store 7-Eleven..

Penelitian ini memberikan saran untuk para konsumen remaja yang suka nongkrong di convenience store 7-Eleven untuk lebih bijak dalam menghabiskan waktu nongkrongnya, juga saran untuk pihak penyedia seating area, untuk lebih menjaga dan meningkatkan sarana dan prasarana seating area agar para konsumen khususnya konsumen remaja lebih merasa nyaman untuk menghabiskan waktu disana.

Kata kunci: Consumer Insight, Seating Area, Convenience Store 7-Eleven



UNIVERSITAS
MERCU BUANA