

## ***ABSTRACT***

*This study aims to determine and analyze strategies or ways to increase consumers to shop at transmart as a modern market or supermarket in Surabaya. This study uses a qualitative approach to the type of descriptive research, data collection techniques using interviews, observation and documentation by providing a factual description of people's preferences for shopping. The existence of transmart as a modern market in the city of Surabaya will greatly help people who want to shop at the same time walking. The existence of a modern market has an impact on Traditional Market traders, the community considers that the existence of the Modern Market has an effect on people's buying interest because there are differences in services and cleanliness. Public buying interest also depends on income, price and quality of the goods to be purchased. However, modern markets or supermarkets must have a strategy to attract consumers to shop at these places. Because people have a preference to be able to determine where to shop for the materials they need.*

*Keywords : needs, buying interest, Modern Market, transmart.*

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi atau cara meningkatkan konsumen untuk berbelanja di transmart sebagai pasar modern atau supermarket di kota surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif, teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi dengan memberikan gambaran faktual mengenai preferensi masyarakat untuk berbelanja. Keberadaan transmart sebagai pasar modern di Kota Surabaya akan sangat membantu masyarakat yang ingin berbelanja sekaligus jalan jalan. Keberadaan pasar modern memiliki dampak terhadap pedagang Pasar Tradisional, masyarakat menganggap bahwa keberadaan Pasar Modern berpengaruh pada minat beli masyarakat karena ada perbedaan pelayanan dan kebersihan. Minat beli masyarakat juga bergantung pada pendapatan, harga dan kualitas barang yang akan dibeli. Akan tetapi pasar modern atau supermarket harus memiliki strategi untuk menarik konsumen untuk berbelanja di tempat tersebut. Karena masyarakat memiliki preferensi untuk dapat menentukan tempat belanja bahan – bahan kebutuhan mereka.

Kata Kunci: kebutuhan, minat beli, Pasar Modern, transmart.