

**ANALISIS BAURAN RITEL DALAM MEMPENGARUHI  
KONSUMEN BERBELANJA DI KOPMA PADANG BULAN  
UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada :  
Universitas Islam Negeri  
Maulana Malik Ibrahim Malang  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh  
**RUBANGI**  
NIM : 07510078

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2012  
LEMBAR PERSETUJUAN**

**ANALISIS BAURAN RITEL DALAM MEMPENGARUHI  
KONSUMEN BERBELANJA DI KOPMA PADANG BULAN  
UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**SKRIPSI**

Oleh

**RUBANGI**  
NIM : 07510078

Telah Disetujui 08 September 2012  
Dosen Pembimbing,

**Dr. Ir. H. Masyhuri Machfudz, MP**

Mengetahui :  
Ketua Jurusan,

**Dr. ACHMAD SANI SUPRIYANTO, SE.,M.Si**  
NIP. 19720212 200312 1 003

**LEMBAR PENGESAHAN**

**ANALISIS BAURAN RITEL DALAM MEMPENGARUHI  
KONSUMEN BERBELANJA DI KOPMA PADANG BULAN  
UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**SKRIPSI**

Oleh  
**RUBANGI**  
NIM : 07510078

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji  
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada 15 September 2012

<b>Susunan Dewan Penguji</b>	<b>Tanda Tangan</b>
1. Ketua Penguji <b><u>Yayuk Sri Rahayu, SE., MM.</u></b> NIP. 19770826 200801 2 001	: (                    )
2. Sekretaris Penguji <b><u>Irmavanti Hasan, ST., MM.</u></b> NIP 19770506 200312 2 001	: (                    )
3. Penguji Utama <b><u>H. Slamet, SE., MM., Ph.D.</u></b> NIP. 19660412 199803 1 003	: (                    )

Mengetahui :  
Ketua Jurusan,

**Dr. ACHMAD SANI SUPRIYANTO, SE., M.SI**  
**NIP. 19720212 200312 1 003**

**SURAT PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Rubangi  
NIM : 07510078  
Alamat : Bulusari – Kebondalem – Bareng – Jombang

menyatakan bahwa “**skripsi**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

**ANALISIS BAURAN RITEL DALAM MEMPENGARUHI KONSUMEN  
BERBELANJA DI KOPMA PADANG BULAN UIN MAULANA MALIK  
IBRAHIM MALANG**

adalah hasil karya saya sendiri dan bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 15 September 2012

Hormat saya,

Rubangi

NIM : 07510078

**PERSEMBAHAN**

iv

*Teriring do'a dan rasa syukur kepada Allah AWT,  
Kupersembahkan karya sederhana ini untuk keluarga*

**MOTTO**

v

***\*6 Sekali Langkah Seribu Pikir  
Sekali Pikir Seribu Hasil  
Satu Hasil Seribu Guna”***

**KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul : **“ANALISIS BAURAN RITEL DALAM MEMPENGARUHI KONSUMEN BERBELANJA DI KOPMA PADANG BULAN UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG”** dengan tepat waktu.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan, bimbingan, saran dan kritik serta pengarahan dari banyak pihak, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai waktu yang ditentukan. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan rasa terimakasih yang tulus kepada :

1. Prof. Dr. H. Imam Suprayogo selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. HA. Muhtadi Ridwan, MA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Achmad Sani Supriyanto, SE.,M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Dr. Ir. H. Masyhuri Machfudz, MP. Selaku dosen pembimbing saya, yang terus membimbing saya tanpa bosan.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, khususnya Jurusan Manajemen.
6. Ayah dan Ibu yang telah yang telah membimbing, mendidik, dan menempe saya tanpa lelah dan tanpa harap balas jasa, sehingga sampai saya menjadi seperti sekarang ini. Serta adik saya yang selalu mensupport saya.
7. Hanna Nurul Khifdiyah, yang setia menemani saya dalam suka dan air mata, berkat doa dan supportnya saya bisa menyelesaikan tugas ini.
8. Seluruh Keluarga Besar Kopma Padang Bulan, yang telah menjadi bagian keluarga selama saya menempuh studi di Malang.

9. Seluruh Teman-teman di Organisasi (KOPMA, SESCO, HIPMI, TDA, PWMI, IBC, OMG ) dengan kalian hidup menjadi lebih hidup
10. Seluruh Karyawan CV. Q-Plus Group, kalian telah setia menemani saya meskipun dalam kondisi yang kritis.
11. Tim Hore ( Mas Huda, Tono, Paijo, Ilmi, Yusron, Ali, Baihaqi, Ritaudin, Ozy Assegaf, Ridwan,dll)

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kelemahan. Hal ini disebabkan karena keterbatasan waktu, kemampuan, pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan penulisan ini selanjutnya.

Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberi manfaat, khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya. Amin.

Malang, 08 September 2012

Penulis

## **DAFTAR ISI**



<b>COVER JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Penelitian .....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Kajian Teori .....	12
A. Bauran Ritel .....	12
1. Pengertian Ritel .....	12
2. Pengertian Bauran Ritel .....	14
3. Komponen Bauran Ritel.....	14
a. Lokasi .....	15
b. Produk.....	15
c. Harga.....	15
d. Promosi .....	17

e. Pelayanan .....	19
f. Suasana Dalam Toko .....	20
4. Fungsi Ritel .....	21
5. Tipe Bisnis Ritel .....	22
B. Keputusan Pembelian .....	26
1. Proses Keputusan Pembelian.....	26
2. Pihak Yang Terlibat Dalam Keputusan Pembelian .....	31
3. Model Konsumen dalam Keputusan Pembelian.....	33
4. Jenis Perilaku Pembelian.....	34
2.3 Kerangka Berpikir .....	36
2.4 Hipotesis .....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
3.1 Lokasi dan Objek Penelitian .....	38
3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	38
3.3 Populasi dan Sampel .....	39
3.4 Sumber dan Metode Pengumpulan Data .....	40
3.5 Tehnik Pengumpulan Data.....	41
3.6 Instrumen Penelitian.....	42
3.7 Definisi Operasional Variabel.....	43
3.8 Teknik Analisis Data .....	46
A. Uji Validitas Instrumen.....	46
B. Uji Reliabilitas Instrumen .....	47
3.9 Pengujian Hipotesis .....	48
A. Uji Parsial .....	48
B. Uji Simultan .....	49
3.10 Uji Asumsi Klasik .....	49
A. Uji Normalitas .....	49
B. Multikolinieritas .....	50
C. Heterodekastisitas .....	51
D. Autokorelasi .....	52

3.11 Metode Analisis Data .....	53
A. Analisa Rgresi Linier Berganda.....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>55</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	55
A. Sejarah Singkat Perusahaan .....	55
B. Visi , Misi KOPMA “Padang Bulan“ UIN MALIKI Malang.....	56
1. Visi .....	56
2. Misi .....	56
C. Landasan Asas dan Tujuan .....	57
D. Modal dan Potensi Dasar .....	57
E. Posisi dan Peranan .....	59
F. Struktur Perusahaan.....	60
4.2 Analisis Hasil Penelitian.....	61
A. Karakteristik Responden.....	61
B. Distribusi Frekuensi Variabel.....	66
C. Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel .....	73
D. Uji Asumsi Klasik .....	77
1. Uji Normalitas .....	77
2. Uji Multikolinieritas .....	78
3. Uji Heteroskedastisitas .....	78
4. Uji Autokorelasi .....	79
E. Analisa Regresi Linier Berganda .....	80
F. Pengujian Hipotesis.....	82
1. Uji Parsial (Uji t) .....	82
2. Uji Simultan (uji F) .....	84
G. Koefisien Determinasi .....	85
4.6 Pembahasan .....	86
A. Pengaruh Bauran Ritel Terhadap Keputusan Pembelian.....	86
1. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian .....	87
2. Pengaruh Produk Terhadap Keputusan pembelian.....	90
3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	92

4. Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian .....	94
B. Faktor Dominan Yang Mempengaruhi Konsumen Belanja Di Kopma Padang Bulan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang .....	97
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>99</b>
5.1 Kesimpulan.....	99
5.2 Saran .....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>101</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>104</b>

#### **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Tabel Perbandingan Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 3.1 Skala Likert.....	42
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	62
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	63

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	64
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	65
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Dalam Variabel Faktor Lokasi.....	66
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Dalam Variabel Faktor Produk .....	67
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Dalam Variabel Faktor Harga.....	69
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Dalam Variabel Faktori Pelayanan .....	70
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Dalam Variabel Keputusan Pembelian.....	72
Tabel 4.11 Hasil Validitas dan Reliabilitas Faktor Lokasi .....	73
Tabel 4.12 Hasil Validitas Faktor Produk.....	74
Tabel 4.13 Hasil Validitas dan Reliabilitas Faktor Harga .....	75
Tabel 4.14 Hasil Validitas dan Reliabilitas Faktor Pelayanan .....	75
Tabel 4.15 Hasil Validitas dan Reliabilitas Faktor Keputusan Pembelian .....	76
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas.....	77
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinieritas.....	78
Tabel 4.18 Uji Heteroskedastisitas .....	78
Tabel 4.19 Hasil Autokorelasi .....	79
Tabel 4.20 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	80
Tabel 4.21 Hasil Uji F .....	84
Tabel 4.22 Koefisien Determinasi .....	85

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir .....	36
Gambar 4.1 Struktur Kopma .....	60

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Data Jawaban Responden

Lampiran 3 Hasil Karakteristik Responden

Lampiran 4 Hasil Distribusi Frekuensi

Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Lampiran 6 Hasil Regresi Linier Berganda

Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinieritas  
Lampiran 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas  
Lampiran 9 Hasil Uji Normalitas  
Lampiran 10 Bukti Konsultasi  
Lampiran 11 Biodata Peneliti

### **ABSTRAK**

Rubangi. 2012. SKRIPSI. Judul: “Analisis Bauran Ritel Dalam Mempengaruhi Konsumen Berbelanja di Kopma Padang Bulan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang”

Pembimbing : Dr. Ir. H. Masyhuri Machfudz, MP.

Kata Kunci : Lokasi, Harga, Produk, Pelayanan, Keputusan Pembelian.

---

Toko Kopma Padang Bulan atau yang biasa disebut dengan TOSERBA ini berbentuk minimarket yang pengelolaannya mengarah pada ritel semi modern.

Dengan semakin menjamurnya ritel modern yang berupa minimarket dan melayani kebutuhan serupa dengan Kopma Padang Bulan, sudah seharusnya tata kelola Kopma Padang Bulan juga harus dibenahi agar bisa bersaing dengan ritel-ritel modern yang jaraknya juga tidak begitu jauh dengan keberadaan minimarket Kopma Padang Bulan. Maka perlu kiranya dilakukan identifikasi terhadap keputusan pembelian, salah satunya adalah dengan menganalisis tentang bauran ritel yang terdiri dari beberapa variabel yaitu; lokasi, harga, produk, kualitas layanan.

Penelitian ini dilakukan di Kopma Padang Bulan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dengan menggunakan pendekatan survey kepada konsumen. Karena jumlah sampel tak terbatas, maka untuk mencari sampel tersebut menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Suharyadi dan Purwanto sehingga diperoleh sampel sebesar 96. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan analisis data menggunakan metode regresi linier berganda. Sebelum melakukan regresi linier berganda, perlu dilakukan beberapa pengujian termasuk uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik (multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan normalitas) sehingga data yang dihasilkan tidak bias.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel-variabel yang diteliti yaitu; lokasi, harga, produk, kualitas pelayanan, berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Kopma Padang Bulan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Hal ini ditunjukkan dari hasil perhitungan uji F dan uji t di mana uji F diperoleh  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan juga uji t diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Koefisien determinasi (*adjusted R<sup>2</sup>*) yang diperoleh sebesar 0,533. Hal ini berarti 53,3% keputusan pembelian dipengaruhi oleh lokasi, produk, harga, dan pelayanan konsumen, sedangkan sisanya yaitu 46,7 % keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## ABSTRACT

Rubangi. 2012. Thesis. Title: "The Analysis Retail Mix of the Influence Consumer Shopping in Kopma Padang Bulan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang"

Supervisor : Dr. Ir. H. Masyhuri Machfudz, MP.

Keywords : *Location, Price, Product, Service, Purchasing Decisions.*

---

Kopma Padang Bulan's shop or commonly called mini-department store whose management is shaped lead semi modern retail. With the proliferation of modern retail in the form of mini and serve similar needs Kopma Padang Bulan, governance should Kopma Padang Bulan also must be addressed in order to compete with modern retailers



are also not so far away in the presence of mini-Kopma Padang Bulan. So it is important to identify the purchasing decisions, one of which is a mix of retail menganilisi consisting of several variables, namely: location, price, product, quality service.

The research was conducted in Kopma Padang Bulan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang by using a survey to consumers. Because the sample size was limited, so to find a sample using the formula proposed by Suharyadi and Purwanto to obtain a sample size of 96. This research method using the quantitative research data analysis using multiple linear regression. Before performing multiple linear regression, need to do some testing including test validity, test reliability, and test the assumptions of classical (multicollinearity, heteroscedasticity, and normality) so that the resulting data are not biased.

The results of this study indicate that these variables were investigated, namely: location, price, product, quality of service, significantly influence the purchasing decisions in Padang Bulan Kopma UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. It is shown from the calculation of the F test and t test where the test is obtained  $F_{hitung} > F_{table}$  and the t-test obtained  $t_{hitung} > t_{table}$ . The coefficient of determination (adjusted  $R^2$ ) of 0.533 obtained. This means that 53.3% of purchase decisions are influenced by location, product, price, and customer service, while the remaining 46.7% the purchase decision is influenced by other variables not examined in this study.

## المستخلص

روباى. ٢٠١٢. الأطروحة. العنوان: "ميكس تحليل التجزئة للتسوق تأثير المستهلك في كوفما بادانج بولان الجامعه الاسلاميه الحكوميه مولان مالک ابراهيم ا مالانج " المشرف .: الدكتور الحاج مشهورى محفوظ الماجستير. كلمات البحث :الموقع، السعر، المنتج، الخدمة، قرارات الشراء.

كوفما بادانج بولان في متجر أو يطلق ميني متجر الذي هو على شكل الرصاص إدارة التجزئة الحديثة النهائي. مع انتشار التجزئة الحديثة في شكل مصغر وخدمة احتياجات مماثلة كوفما بادانج بولان، ينبغي كوفما بادانج بولان الحكم أيضا يجب أن تعالج من أجل المنافسة مع تجار التجزئة الحديثة هي أيضا ليست حتى الآن بعيدا في وجود بادانج بولان ميني ولذلك فمن المهم للتعرف على القرارات الشرائية، واحدة منها هي مزيج من التجزئة التي تتكون من عدة متغيرات، وهي: الموقع، ونوعية الخدمة السعر والمنتجات.

وقد أجري البحث في كوفما بادانج بولان الجامعه الاسلاميه الحكوميه مولان مالك ابراهيم مالانج باستخدام المسح للمستهلكين. لأنه يقتصر على حجم العينة، وذلك لإيجاد عينة باستخدام الصيغة التي اقترحها سوهاريدي وبوروانتو للحصول على حجم العينة من ٩٦. هذه طريقة البحث باستخدام التحليل الكمي باستخدام بيانات البحوث الانحدار الخطي المتعدد. قبل تنفيذ الانحدار الخطي متعددة، تحتاج إلى القيام ببعض التجارب بما في ذلك صلاحية الاختبار، اختبار الموثوقية، واختبار فرضيات الكلاسيكية الخطي (Multicollinearity, Heteroskedistisitas, normalitas, Autokorelasi)، عدم تجانس، والحياة الطبيعية بحيث لا يتم منحازة البيانات الناتجة.

نتائج هذه الدراسة تشير إلى أن تم التحقيق في هذه المتغيرات، وهي: الموقع، السعر، المنتج، ونوعية الخدمة، لها تأثير كبير على قرارات الشراء في كوفما بادانج بولان الجامعه الاسلاميه الحكوميه مولانا مالك ابراهيم مالانج. هو مبين من حساب اختبار  $F_{hitung}$  dan  $T_{hitung}$  واختبار  $F_{hitung} >$  اختبار  $F_{Tabel}$  الجدول والحصول على تجارب الجدول. >معامل (التحديد  $R^2$ ) المعدلة من الحصول على ٥٣٣,٠ هذا يعني أن تتأثر ٣.٥٣٪ من قرارات الشراء حسب الموقع والمنتجات والأسعار، وخدمة العملاء، في حين أن ٤٦٪ المتبقية ويتأثر قرار الشراء وفقا لمتغيرات أخرى لم تنظر في هذه الدراسة.