

**PENGARUH BAURAN RITEL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI SWALAYAN RAJAWALI PARE KEDIRI**

SKRIPSI

Disusun untuk Penelitian Skripsi
Program Sarjana (S-1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Negeri (UIN)
Maulana Malik Ibrahim Malang



Oleh
FATKHAN NASRULLOH
NIM : 10510012

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2014**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH BAURAN RITEL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI SWALAYAN RAJAWALI PARE KEDIRI**

Oleh

**FATKHAN NASRULLOH
NIM : 10510012**

Telah Disetujui 2 April 2014

Dosen Pembimbing,

**Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag
NIP 19711211 199903 1 003**

Mengetahui :

Ketua Jurusan,

**Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei
NIP 197507072005011005**

LEMBAR PENGESAHAN**PENGARUH BAURAN RITEL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI SWALAYAN RAJAWALI PARE KEDIRI****SKRIPSI**

Oleh

FATKHAN NASRULLOH
NIM : 10510012

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada 11 April 2014

Susunan Dewan Penguji	Tanda Tangan
1. Ketua <u>M. Fatkhur Rozi, SE., MM</u> NIP 1976118 200901 1 003	()
2. Sekretaris / Pembimbing <u>Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag</u> NIP 19711211 199903 1 003	()
3. Penguji Utama <u>Dr. H. Salim Al-Idrus, MM., M.Ag.</u> NIP 196201151998031001	()

Mengetahui :
Ketua Jurusan,

Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei
NIP 197507072005011005

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Fatkhan Nasrulloh

NIM : 10510012

Alamat : Dsn.Bungkul Ds. Kapas Kec. Kunjang Kab. Kediri

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul:

PENGARUH BAURAN RITEL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SWALAYAN RAJAWALI PARE KEDIRI.

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

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

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

Malang, 02 April 2014

Hormat Saya,

Fatkhan Nasrulloh

NIM : 10510012

HALAMAN PERSEMBAHAN

Ku Persembahkan Karya Ilmiah ini Kepada Ibunda dan Ayahanda tercinta yang tiada henti memberi amunisi hati untuk terus melangkah dan maju ketika ku mulai letih, yang selalu menopangku disaat banjir masalah melanda, yang memelukku disaat dinginnya dunia luar menyengatku.

Mbak Nana yang paling ku sayang, layaknya embun pagi yang menetes dari dahan ke daun dan akhirnya jatuh ke tanah, yang selalu memberikan kejernihan dalam keruhnya pikiranku.

Keluarga besar mak Mutmainnah, yang tiada lelah unuk mendoakan dan mendukungku, memberiku wejangan ketika ku bergelisah kepadanya. Semoga engkau panjang umur dan selalu di rahmati Allah. Barokallah ^_^

Si Penyejuk hati, Sayyidah Maharani, tiada kata yang pantas untuk kulontarkan padamu, ibarat hati yang bersinar, kemanapun engkau melangkah teranglah sekelilingmu, terima kasih say sudah hadir dalam coretan kehidupanku.

I love you....

MOTTO

... إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿٥٩﴾

*Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang
yang bertawakkal kepada-Nya.*

KATA PENGANTAR



Hidup mati ku hanya milik Allah. Segala puji bagi Allah, yang dengan kuasa-Nya lah hamba yang tidak punya daya ini bisa menyelesaikan skripsi ini. Semoga semua ini bisa menjadi bagian tujuan Engkau meniupkan ruh di raga ini, yakni tak lain untuk selalu beribadah kepada-Mu. Karena Engkaulah sebaik-baiknya Penolong. Shalawat serta salam selalu kami curahkan kepada sang inspirator terbaik dunia, Rasulullah Saw. Rindu kami untuk menatap wajah muliamu, kami berharap engkau memanggil nama kami untuk berjumpa denganmu ya Rasulullah.

Penyusunan skripsi dengan judul **"Pengaruh Bauran Ritel Terhadap Keputusan Pembelian Di Swalayan Rajawali Pare Kediri"** ini tidak lepas dari berbagai pihak yang telah berkenan memberikan bantuan dan saran yang berharga kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan., oleh karenanya penulis sampaikan ucapan terima kasih dan kehormatan kepada :

1. Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M.Si., para Pembantu Rektor dan seluruh jajarannya.
2. Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.Ag. selaku dekan, dan para Pembantu Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan bersedia mendengarkan kegelisahan penulis di detik-detik mendekati sidang proposal maupun skripsi dan atas nasehat yang bapak berikan sehingga saya dapat lebih fokus sampai selesainya skripsi ini.
4. Ibunda tercinta Siti Hanik,S.Pd dan ayahanda tersayang Amin Tohari yang telah memberikan dorongan dan motivasi baik berupa moril dan meteriil,

doa restu, serta nasehat-nasehat yang diberikan dengan kasih sayang hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Kepada nenek tersayang Hj. Mutmainnah, yang selalu memberikan pencerahan ketika penulis berbagi kegelisahan, yang selalu mendoakan
6. Kepada kakakku Handiana Mutoharoh, S.Psi tersayang, yang selalu memberikan motivasi dan dorongan serta do'a agar aku terus semangat dalam menapakkan kaki dan terus melangkah demi masa depanku.
7. Para Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, yang telah memberikan ilmu dan semangatnya sebagai bekal untuk meraih cita-cita dan kesuksesan bagi penulis.
8. Si Aisyah Humaira Sayyidah Maharani yang selalu menemaniku di saat apapun dan yang tiada terduga engkau selalu memberikanku masukan, motivasi dan wawasan yang sangat luas untuk terselesaikannya skripsi ini
9. Insan istimewa serta sahabat-sahabatku yang sholeh dan sholehah, Unggul, cak Budi, bli Rifqi, kang Dhofar, ustad Rifa'i, papa adit, om Permadi, Lutfi, mas Kaji Mawan, Gus Kaji Hakim, Gus Kaji Adib, om Ulil, mbak kecil Farida, mbak besar Fian, buk Ifadah, Lia, mak Myke, budhe Nurul yang selalu menemani dalam suka maupun duka selama mengikuti proses perkuliahan, serta memberikan motivasi yang begitu besar sampai selesainya skripsi ini.
10. Kepada teman-teman seperjuangan Manajemen 2010 FE UIN Malang yang tercinta, hanya ucapan terima kasih atas segala bantuan dan kebaikan kalian, dan ucapan maaf atas segala kekurangan yang ada.
11. Serta semua pihak yang telah memberikan sumbangan baik berupa tenaga maupun pikiran yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu semoga semua bantuan dan amal baiknya mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Atas jasa merekalah penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini dengan baik, harapan penulis semoga taufiq dan hidayah-Nya senantiasa dilimpahkan kepada kita semua. Amin.

Penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh keterbatasan kemampuan penulis. Sehingga penulis menghargai adanya segala bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya sebagai sumber informasi ilmiah.

Wabillahitaufik walhidayah, wassalamualaikum warahmatullah wabarakatuh.

Malang, 02 April 2014

Penulis,

Fatkhan Nasrulloh

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Persetujuan	ii
Lembar Pengesahan	iii
Surat Pernyataan.....	iv
Halaman Persembahan	v
Motto.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	viii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak (3 Bahasa : Indonesia, English, Arabic)	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II Kajian Pustaka	6
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Kajian Teori	14
2.2.1 Eceran (Ritel)	14
2.2.1.1 Pengertian Eceran	14
2.2.1.2 Unsur-unsur Bauran Eceran (Retailing Mix)	16
2.2.2 Keputusan Pembelian	34
2.2.3 Pengaruh Baauran Ritel terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	38
2.3 Kerangka Berfikir.....	39
2.4 Hipotesis.....	40

BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Lokasi Penelitian	41
3.2 Jenis Dan Pendekatan Penelitian	41
3.3 Populasi dan Sampel	42
3.4 Data dan Jenis Data	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data	43
3.6 Definisi Operasional Variabel	44
3.7 Pengujian Instrumen.....	46
3.8 Uji Asumsi Klasik	48
3.9 Model Analisis Data.....	49
BAB IV PEMBAHASAN.....	52
4.1 PAPARAN DATA	52
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	52
4.2 Hasil Penelitian.....	53
4.2.1 Karakteristik Responden	53
4.2.2 Gambaran Distribusi Item	56
4.2.3 Uji Validitas	64
4.2.4 Uji Reliabilitas.....	65
4.2.6 Uji Asumsi Klasik	66
4.2.7 Analisis Regresi Linier Berganda	69
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	75
4.3.1 Analisis dan Intepretasi secara Simultan.....	75
4.3.2 Analisis dan Intepretasi secara Parsial	79
4.3.3 Analisis dan Intepretasi Variabel Dominan	87
4.4 Implementasi dan Pembahasan Hasil Penelitian	88
BAB V PENUTUP.....	94
5.1 Kesimpulan	94
5.2 Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1: Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1: Devinisi Operasional Variabel.....	45
Tabel 4.1: Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	53
Tabel 4.2: Karakteristik responden berdasarkan usia	53
Tabel 4.3: Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan.....	54
Tabel 4.4: Karakteristik reponden berdasarkan jumlah pembelian.....	54
Tabel 4.5: Ditribusi Frekuensi Ritel Produk	56
Tabel 4.6: Distribusi Frekuensi item Presentasi / Atmosfer Toko	57
Tabel 4.7: Distribusi Frekuensi item Harga	58
Tabel 4.8: Distribusi Frekuensi item Promosi.....	59
Table 4.9: Distribusi Frekuensi item Lokasi	60
Tabel 4.10: Distribusi Frekuensi item Layanan	61
Tabel 4.11: Distribusi Frekuensi item Keputusan Pembelian.....	62
Tabel 4.12: Hasil Uji Validitas	64
Tabel 4.13: Hasil Uji Reliabilitas.....	65
Tabel 4.14: Hasil Uji Asumsi Non-Multikolinieritas.....	67
Tabel 4.15: Hasil Uji Asumsi Linieritas	67
Tabel 4.16: Rekapitulasi Analisis Regresi Linier Berganda Pengaruh Bauran Ritel Terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan Rajawali Pare Kediri	69
Tabel 4.17: Kontribusi Masing-masing Variabel bebas terhadap Variabel Terikat	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Proses Keputusan Pembeli	35
Gambar 2.2: Skema Kerangka Berfikir.....	39
Gambar 4.1: Hasil Uji Aumsi Normalitas.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Jawaban Responden.....	100
Lampiran 2 : Distribusi Item	111
Lampiran 3 : Validitas dan Reliabilitas.....	112
Lampiran 4 : Multikolinieritas	119
Lampiran 5 : Normalitas	120
Lampiran 6 : Linieritas.....	121
Lampiran 7 : Regresi.....	123

ABSR TAK

Nasrulloh, Fatkhan 2014, SKRIPSI Judul: Pengaruh Bauran Ritel terhadap
Keputusan Pembelian di Swalayaan Rajawali Pare Kediri

Pembimbing : Dr.H. Nur Asnawi, M.Ag

Kata Kunci : Bauran Ritel dan Keputusan Pembelian

Bauran ritel merupakan sebuah langkah pemasaran bagi keberhasilan perusahaan, baik yang bergerak dalam bidang produksi barang maupun jasa. Swalayan Rajawali Pare Kediri merupakan salah satu swalayan eceran yang bergerak dalam jual beli barang yang perlu memperhatikan perilaku konsumen untuk mengambil kebijakan. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh bauran ritel yang terdiri dari produk, presentasi / atmosfer toko, harga, promosi, lokasi, dan layanan terhadap keputusan pembelian di swalayan Rajawali Pare Kediri.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei yang berusaha untuk mengetahui bagaimana pengaruh bauran ritel terhadap keputusan pembelian di swalayan Rajawali Pare Kediri. Teknik pengumpulan data yaitu dengan metode kuesioner dan wawancara. Untuk pengujian instrumen menggunakan uji Validitas, Reliabilitas, dan uji Asumsi Klasik. Sedangkan untuk teknik analisis data menggunakan metode regresi linier berganda karena variabel yang digunakan lebih dari dua variabel, dengan uji F dan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk (X1), presentasi / atmosfer toko (X2), harga (X3), promosi (X4), lokasi (X5), dan layanan (X6) secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di swalayan Rajawali Pare Kediri (Y). Dari perhitungan uji F diperoleh $F_{hitung} 9,773 > F_{tabel} 2,30$ dengan nilai $p = 0,000 \leq 0,05$. Selain itu nilai *Adjusted R Square* yang sebesar 0,324 yang berarti besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah 32,4%. Dan uji t diketahui bahwa secara parsial produk, promosi, lokasi dan layanan berpengaruh secara parsial. Sedangkan bauran ritel yang meliputi presentasi (atmosfer toko) dan harga tidak berpengaruh secara signifikan dengan perhitungan t_{hitung} variabel produk (X1) sebesar $2,529 \geq t_{tabel} 1,984$, presentasi / atmosfer toko (X2) memiliki $t_{hitung} -0,304 \leq t_{tabel} 1,984$, harga (X3) memiliki $t_{hitung} 1,794 \leq 1,984$, promosi (X4) memiliki $t_{hitung} 2,865 \geq 1,984$, lokasi (X5) memiliki $t_{hitung} 2,316 \geq 1,984$, dan layanan (X6) memiliki $t_{hitung} 1,651 \leq 1,984$. Variabel yang paling dominan pengaruhnya adalah promosi (X4) yang memiliki kontribusi sebesar 20,79%, kemudian variabel produk (X1) sebesar 17,81%, kemudian variabel presentasi / atmosfer toko (X2) sebesar 12,96%, kemudian variabel harga (X3) sebesar 9%, kemudian lokasi (X5) sebesar 8,82%, kemudian variabel layanan (X6) sebesar 8,47%.

ABSTRACT

Nasrulloh, Fatkhan. 2014, Thesis Title: the Retail Mix Effect of Purchasing Decisions in Supermarket Rajawali Pare

Lector : Dr.H. Nur Asnawi , M.Ag

Keywords: Retail Mix and Purchase Decision

Retail mix is a marketing step for the success of the company, both are engaged in the production of goods and services. Supermarket Rajawali Pare is one of the retail supermarket engaged in the buying and selling of goods that need to pay attention to consumer behavior to take the policy. Therefore, this study aims to determine how the effect of the retail mix consisting of product, presentation/store atmosphere, price, promotion, location, and services to the purchasing decision at the supermarket Eagles Pare .

This research is a quantitative survey approach that seeks to find out how the retailing mix influence on purchase decisions in Supermarket Rajawali Pare. Data collection techniques are the methods of questionnaires and interviews. To test the validity of the test instrument use, reliability, and test assumptions Classic. As for the technique of data analysis using multiple linear regression method is used because the variables more than two variables, the F test and t test.

The results showed that the product variable (X1), presentation/atmosphere store (X2), price (X3), promotion (X4), location (X5), and services (X6) simultaneously significantly influence purchasing decisions at the Supermarket Rajawali Pare Kediri (Y). Obtained from the calculation of the F test $9.773 > F_{table} 2.30$ with $p = 0.000 \leq 0.05$. Additionally Adjusted R Square value of 0.324, which means that the influence of independent variables on the dependent variable was 32.4 %. So t test is known that partial product, promotion, location and service partial effect. While the retail mix that includes presentation (atmospheric shop) and the price is not affected significantly by the calculation of the variable product of t (X1) of $2.529 \geq 1.984$ t table, presentation/atmosphere store (X2) has $t \leq -0.304 < 1.984$ t table, the price (X3) have $t 1.794 \leq 1.984$, promotion (X4) had $\geq 2.865 > 1.984$, location (X5) t had $2.316 \geq 1.984$, and services (X6) has a $1,651 < 1.984$. The variables are the most dominant promotion (X4) which have contributed 20.79%, then the variable product (X1) of 17.81 %, then the variable presentation/atmosphere store (X2) of 12.96 %, then the price variable (X3) by 9 %, then the location (X5) of 8.82 %, then the service variable (X6) of 8.47 % .

مستخلص البحث

نصرالله ، فتحان ، السعانة 2014 ، العنوان البحث : التأثير على قرارات الشراء البيع بالتجزئة السوبرماركت

رجولي باري

المشرف : الدكتور الحاج نور اسناوى الماجستير

الكلمات الرئيسية : بيع بالتجزئة ميكس و شراء القرار

التجزئة هو مزيج خطوة التسويق لنجاح الشركة، وتشارك كل من في إنتاج السلع و الخدمات. السوبرماركت رجولي باري هو واحد من السوبر ماركت التجزئة تعمل في مجال شراء وبيع السلع التي تحتاج إلى إيلاء الاهتمام ل سلوك المستهلك لاتخاذ السياسات. لذلك، تهدف هذه الدراسة إلى تحديد مدى تأثير هذا المزيج التجزئة تتكون من المنتج ، والعرض / مخزن الغلاف الجوي ، السعر، الترويج ، والموقع، والخدمات ل قرار الشراء في السوبر ماركت رجولي باري.

هذا البحث هو نهج المسح الكمي التي تسعى لمعرفة كيفية البيع بالتجزئة مزيج تأثير على قرارات الشراء في محلات السوبر ماركت رجولي باري . تقنيات جمع البيانات هي طرق الاستبيانات و المقابلات. لاختبار صلاحية استخدام أداة اختبار ، والموثوقية ، و اختبار الافتراضات الكلاسيكية . أما بالنسبة لل أسلوب تحليل البيانات باستخدام أسلوب الانحدار الخطي متعددة يستخدم لأن المتغيرات أكثر من اثنين من المتغيرات ، واختبار F و t الاختبار.

أظهرت النتائج أن المتغير المنتج (X1) ، مخزن العرض / جو (X2) ، (X3) السعر ، والترويج (X4) والموقع (X5) ، والخدمات (X6) في وقت واحد تؤثر تأثيرا كبيرا على قرارات الشراء في السوبر ماركت رجولي باري كيديري . (Y) تم الحصول عليها من حساب F العدد اختبار $F < 9.773$ الجدول 2.30 مع $p = 0.000 \geq 0.05$. بالإضافة إلى ذلك القيمة المعدلة ساحة R من 0.324 ، وهو ما يعني أن تأثير المتغيرات المستقلة على المتغير التابع 32.4٪ . كان . و يتم اختبار t المعروف أن المنتج جزئية والترويج والموقع و الخدمة تأثير جزئي. في حين أن مزيج التجزئة يتضمن العرض (متجر الغلاف الجوي) والسعر لا يتأثر بشكل كبير من قبل حساب t المنتج متغير من (X1) $1.984 \leq 2.529$ t الجدول ، مخزن العرض / جو (X2) لديه t $1.984 - 0.304 \geq t$ الجدول ، وسعر (X3) يكون $1.984 \geq 1.794$ طن ، وكان (X4) الترويج t $1.984 \geq 2.865$ ، والموقع (X5) كان t $1.984 \leq 2.316$ ، والخدمات (X6) t لديها 1,651 ≥ 1.984 . المتغيرات هي تعزيز الأبرز (X4) التي ساهمت 20.79٪ ، ثم المنتج المتغير (X1) من 17.81٪ ، ثم المتغير متجر العرض / جو (X2) من 12.96٪ ، ثم سعر متغير (X3) بنسبة 9٪ ، ثم موقع (X5) من 8.82٪ ، ثم متغير الخدمة (X6) من 8.47٪ .