https://digilib.esaunggul.ac.id

SUMMARY

PENGARUH BAURAN PEMASARAN RITEL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Created by REKHA SOPHIA

Subject : Bauran Pemasaran Ritel, Lokasi, Pelayanan, Produk, Harga, Suasana Toko, Karyawan Toko, Promosi, Keputusan Pembelian

Subject Alt : Ritel Marketing Mix, Location, Service, Product, Price, Store Atmosphere, Store Employees, Promotion, Purchase Decision.

Keyword : : Bauran Pemasaran Ritel, Lokasi, Pelayanan, Produk, Harga, Suasana Toko, Karyawan Toko, Promosi, Keputusan Pembelian

Description :

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran ritel di Carrefour Puri Kembangan - Jakarta Barat. Untuk pengusaha, dengan pengetahuan yang baik mengenai perilaku konsumen dalam pemasaran ritel akan berguna untuk membuat beberapa rencana pemasaran strategis. Penelitian ini dianalisis menggunakan analisis uji validitas, uji reliabititas, uji regresi berganda, uji signifikan simultan, dan uji signifikan parameter individual. Jenis penelitian yang dilakukan adalah jenis penelitian kausalitas. Variabel pada penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu lokasi, pelayanan, produk, harga, suasana toko, karyawan toko, dan promosi, serta variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Data yang dikumpulkan menggunakan kuesioner yang diuji pada 30 orang dan disebar pula kepada 150 orang. Hasil analisis menunjukkan bahwa dari 54 butir soal yang terdapat dalam kuesioner, pernyataan yang dinyatakan valid sebanyak 31 butir. Hasil uji reliabilitas memperoleh nilai Cronbach's Alpha 0,898 yang artinya pernyataan pada kuesioner sangat reliabel. Hasil uji t menunjukkan terdapat variabel lokasi, pelayanan, produk, harga, karyawan toko dan promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel suasana toko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05. Jika dianalisis secara bersama-sama (simultan), variabel lokasi, pelayanan, produk, harga, suasana toko, karyawan toko dan promosi, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Carrefour Puri Kembangan – Jakarta Barat. Berdasarkan hasil regresi, diperoleh hasil bahwa variabel yang paling dominan terhadap keputusan pembelian adalah karyawan toko dengan nilai 0,407.

Contributor : Rojuaniah

Date Create : 10/06/2017

Type : Text

Format : PDF

Language : Indonesian

Identifier : UEU-Undergraduate-201311384

Collection : 201311384

Source : Undergraduate Theses of Management

Relation COllection : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

COverage : Civitas AKademi Universitas Esa Unggul

Right : @perpustakaan Universitas Esa Unggul 2017

Full file - Member Only

If You want to view FullText...Please Register as MEMBER

Contact Person :

Astrid Chrisafi (mutiaraadinda@yahoo.com)

Thank You,

Astrid (astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id)

Supervisor