

ABSTRACT

Rekha Sophia. Influence of Retail Marketing Mix on Purchase Decisions (Case Studies: Carrefour Puri Kembangan – West Jakarta. (Supervised by Rojuaniah).

The purpose of this study is to know the influence of retail marketing mix in Carrefour Puri Kembangan – West Jakarta. For businessman, with a good knowledge of consumer behavior in retail marketing would be useful to make some strategic marketing plan.

This study was analyzed using analysis of validity, reliability, regression test, significant simultant test, significant parameters individually test. Type of this reseacrh isa kind of causality research. The variables in this reseacrh consisted of independent variables are loction, service, product, price, store atmosphere, store employees, and promotion, and dependent variable is purchase decisions. Data were collected using questionnaires that was testedon 30 person and also distributed to 150 person.

The analysis showed that, from 54 items questions in questionnaire, 31 items are valid. The reliability test obtained Cronbach's alpha 0,898, which mean very reliable statements on the questionnaire. The result of t test is the location, service, product, price, store employees, and promotion partially has a significant influence on purchase decisions, while the store atmosphere has not significant influence, it has significant value greater than 0,05. The result of simultant test showed that the location, service, product, price, store atmosphere, store employee, and promotion are simultant on purchase decisions in Carrefour Puri Kembangan – West Jakarta. Based on the regression test, it is known that the variable of store employees is dominant variable on purchase decisions, it has 0,407.

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

ABSTRAK

Rekha Sophia. Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: Carrefour Puri Kembangan – Jakarta Barat) (Dibimbing oleh Ibu Rojuaniah).

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 reliabilitas, 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.

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