



**PENGARUH BAURAN RITEL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA INDOMARET KECAMATAN BANYUMANIK KOTA SEMARANG**

PROPOSAL SKRIPSI

**Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata 1
Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun

Setya Anugrah Rizky

14020216130101

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2020

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Setya Anugrah Rizky
NIM : 14020216130101
Tempat/ Tanggal Lahir : Maros, 7 Februari 1998
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Departemen : Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul :

**Pengaruh Bauran Ritel terhadap Keputusan Pembelian
pada Indomaret Kecamatan Banyumanik Kota Semarang**

adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 8 Desember 2020

Pembuat Pernyataan,



Setya Anugrah Rizky

14020216130101

PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Ritel Terhadap Keputusan Pembelian
pada Indomaret Kecamatan Banyumanik Kota Semarang

Nama Penyusun : Setya Anugrah Rizky

NIM : 14020216130101

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Semarang, 8 Desember 2020

Dekan



Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T.P
NIP. 1964082719900011001

Wakil Dekan I



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol. Admin
NIP. 196908221994031003003

Dosen Pembimbing :

1. Drs. Handojo Djoko W., M.Si

()

2. Bulan Prabawani, S.Sos, MM, Ph.D

()

Dosen Penguji Skripsi :

1. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si

()

2. Drs. Handojo Djoko W., M.Si

()

3. Bulan Prabawani, S.Sos, MM, Ph.D

()

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Berpikir positif dan berprasangka baik kepada Allah,
maka sesuatu yang positif dan baik akan hadir menyertai kita”

Puji syukur kehadirat Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua tercinta, Babe alias Bapak Untung Supardi dan Ibu Kuswati, terima kasih karena senantiasa memberikan kasih sayang, doa, motivasi, serta dukungan baik moral maupun material. Semoga saya bisa membanggakan dan membahagiakan kalian.
2. Kakak-kakak, Queen Nila Ayu Savitri dan Pranatha Satria Edo yang telah membantu saya kapan pun dan di mana pun, serta telah memberikan support dan doa yang tidak pernah ada hentinya. Terima kasih sudah menjadi kakak yang hebat dan bisa berjalan bersama.
3. Teman terkasih, Aulia Hanny yang telah memberikan semangat, saran dan dukungan selama ini. Tanpa bantuan dan bimbingan secara intensif darimu, proses pengerjaan skripsi ini akan terhambat. Terima kasih sudah selalu ada untuk menemani dan membantuku.
4. Kakak tingkatku yang terbaik, Beni Sanjaya, terima kasih telah menjadi kakak sekaligus sahabat yang selalu menjadi panutan dan motivasiku. Terimakasih telah mengajarkan banyak hal tentang kebaikan. Semoga persaudaraan kita tidak pernah putus.
5. Abang sekaligus dosen terkeren, Robetmi Jumpakita Pinem, terima kasih karena telah menjadi abang, partner, sekaligus mentorku selama beberapa tahun ini. Banyak hal yang saya dapatkan darimu, semoga hubungan baik selalu terjaga.
6. Teman seperbimbingan Pak Handoyo, Sarah Puspaningrum dan Rachmad Suhartopo, bersama dengan selesainya tugas akhir ini, berakhir pula perjuangan kita selama ini. Corngatss guys!
7. Partner “Program Percepatan Skripsi” dari Jogja, Fikri Hawari Muhammad, Saqib Fardan Ahmada, dan Bimo Bagus, terimakasih sudah membuatku

terpantik untuk segera menyelesaikan tugas akhir ini. Tanpa motivasi dari kalian, skripsi ini pasti akan lebih lama terselesaikan.

8. PH HMJ Administrasi Bisnis 2018, Nicodemus Narendra, Sri Farah Dilla, Raja Ainnaya, dan Dwi Noviyanti Rukmana, terimakasih sudah bersedia menjadi supporting systemku selama ini khususnya di keberjalanan kepengurusan HMJ Administrasi Bisnis 2018. Kalian selalu ada di hati saya!
9. Teman-teman terbaikku di perkuliahan, Khunaifa Puspitaningtyas, Arifatu Afifah, Cintya Agatha, Ilham Muhammad Arrazi, Elijah Joel, Septian Deico, Adellia Pramesti, Nathania Reandra, Ditra Wardana, Choirul Ibnu, dan teman teman angkatan 2016 Jurusan Administrasi Bisnis, terima kasih karena telah menjadi teman yang menemaniku dari awal kuliah sampai saat ini, selalu membantuku serta menjadi pendengar yang baik saat berbagi cerita.
10. HMJ Administrasi Bisnis khususnya kepengurusan 2017 hingga 2018, terima kasih atas kebersamaan, loyalitas, komitmen, dan kesempatan yang berharga untuk mengenal dan belajar dari kalian.
11. PH BEM FISIP Undip 2019 dan seluruh pengurus, terimakasih atas kebersamaan untuk saling belajar dan berbagi, juga kenangan-kenangan indah selama satu tahun kepengurusan.
12. Teman-teman KKN Desa Gedong, Kecamatan Banyubiru, Kab. Semarang, terima kasih atas pengalaman dan kebersamaan selama 42 hari, serta dukungan dan semangatnya. Sukses untuk kita semua.

PENGARUH BAURAN RITEL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA INDOMARET KECAMATAN BANYUMANIK KOTA SEMARANG

ABSTRAK

Keberadaan berbagai ritel modern saat ini yang menawarkan banyak keunggulan jika dibandingkan dengan gerai ritel konvensional dimana ritel modern berusaha menjawab berbagai permintaan dari pasar yang begitu beragam. Indomaret Ngesrep merupakan merek gerai ritel dari PT. Indomarco Prismatama yang menjadi salah satu ritel modern yang hadir demi memberikan kemudahan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Sejak dibukanya gerai, Indomaret Ngesrep mendapatkan respon yang positif, akan tetapi di tahun 2016 dan 2017 angka penjualan gerai ini menunjukkan penurunan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *retailing mix* terhadap keputusan pembelian dari Indomaret Cabang Ngesrep. Penelitian ini bertipe *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen Indomaret Ngesrep dengan jumlah sampel yaitu 100 responden. Teknik pengambilan sampel penelitian ini yaitu *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Dari hasil observasi kemudian dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, regresi linear sederhana, koefisien determinasi, regresi linear berganda, uji t dan uji F menggunakan *software* SPSS versi 23. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, suasana toko berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan *retailing mix* secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Peneliti memberikan saran kepada Indomaret Ngesrep untuk meningkatkan kegiatan promosi melalui media cetak maupun elektronik, pemberian potongan harga, hingga upaya *personal selling*. Selain itu, dalam menentukan harga produk, strategi yang dilakukan Indomaret Ngesrep juga harus lebih baik agar konsumen merasa lebih yakin dalam melakukan keputusan pembelian di gerai Indomaret Ngesrep.

Kata Kunci: Bauran Ritel, Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Layanan, Suasana Toko, dan Keputusan Pembelian

**THE EFFECT OF RETAILING MIX TO THE PURCHASE DECISION
IN INDOMARET KECAMATAN BANYUMANIK KOTA SEMARANG**

ABSTRACT

The existence of various modern retailers today which offer many advantages compared to conventional retail outlets where modern retailers try to answer various demands from such a diverse market. Indomaret Ngesrep is a retail outlet brand from PT. Indomarco Prismaatama, which is one of the modern retailers, make it easier for people to meet their daily needs. Since the opening of the outlet, Indomaret Ngesrep has received a positive response, however in 2016 and 2017 the sales were decreased. The purpose of this study is to determine the effect of retailing mix on purchase decisions from Indomaret Ngesrep Branch. This research is an explanatory research with quantitative approach. The population of the research were consumers of Indomaret Ngesrep with sample size of 100 respondents. The sampling technique for this research is non-probability sampling with a purposive sampling approach. From the results of observations, the validity test, reliability test, correlation coefficient, simple linear regression, determination coefficient, multiple linear regression, t test and F test using SPSS version 23 software. The results of this study indicate that the product has an effect on purchasing decisions, the price affects the purchase decision, the place has an effect on the purchase decision, the promotion has an effect on the purchase decision, the service has an effect on the purchase decision, the store atmosphere has an effect on the purchase decision, and the retailing mix simultaneously has a positive effect. Researchers provide suggestions to Indomaret Ngesrep to increase promotional activities through print and electronic media, giving discounts, to personal selling efforts. In addition, in determining product prices, Indomaret Ngesrep's strategy must be better so that consumers feel more confident in making purchasing decisions at Indomaret Ngesrep outlets.

Keywords: Retail Mix, Product, Price, Place, Promotion, Service, Store Atmosphere, and Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT. atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Saya sadar bahwa penulisan skripsi dengan judul : “Pengaruh Bauran Ritel terhadap Keputusan Pembelian pada Indomaret Kecamatan Banyumanik Kota Semarang” ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segenap kerendahan hati, pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung saya dalam proses penyelesaian penelitian ini, khususnya kepada :

1. Dr. Hardi Warsono, M.T.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
2. Bulan Prabawani, S.Sos, MM, Ph.D, selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro serta selaku dosen pembimbing kedua saya yang telah memberikan kesempatan dan arahan dalam penyusunan skripsi.
3. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si, selaku Ketua Program Studi S-1 Administrasi Bisnis yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
4. Widayanto, S.Sos, M.Si, selaku wali dosen yang telah memberikan bimbingan dan dorongan untuk saya selama kuliah.
5. Drs. Handojo Djoko W, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
6. Seluruh dosen Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan bekal ilmu selama proses perkuliahan.

7. Seluruh responden dari penelitian saya yang telah bersedia mengisi kuesioner.
8. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan di dalam penyusunan skripsi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun bagi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat yang nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, Desember 2020

Setya Anugrah Rizky

14020216130101

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.5 Kerangka Teori	17
1.6 Rumusan Hipotesis	39
1.7 Definisi Konsep	42
1.8 Definisi Operasional	44
1.9 Metode Penelitian	48
BAB II.....	64
GAMBARAN UMUM PT. INDOMARCO PRISMATAMA DAN IDENTITAS RESPONDEN	64
2.1 Sejarah Perkembangan Indomaret	64
2.2 Visi dan Misi Perusahaan	68
2.3 Budaya Perusahaan PT. Indomarco Prismatama	69
2.4 Logo Indomaret	69
2.5 Struktur Organisasi PT. Indomarco Prismatama	70
2.6 Struktur Organisasi Toko Indomaret Cabang	73
2.7 Upaya Penerapan Bauran ritel oleh PT. Indomarco Prismatama	76
2.8 Gambaran Identitas Responden	80
BAB III	86
PENGARUH BAURAN RITEL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA INDOMARET KECAMATAN BANYUMANIK KOTA SEMARANG	86
3.1 Uji Validitas dan Uji Realibilitas.....	86
3.2 Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian.....	93
3.3 Analisis Data Pengaruh Bauran Ritel terhadap Keputusan Pembelian	142
3.4 Pembahasan	173

BAB IV	184
PENUTUP.....	184
4.1 Kesimpulan.....	184
4.2 Saran	186
DAFTAR PUSTAKA	188
LAMPIRAN.....	192

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pendapatan Ritel Modern.....	3
Gambar 1.2 Penjualan Indomaret 5 Tahun Terakhir.....	7
Gambar 1.3 Tahapan Keputusan pembelian	19
Gambar 1.4 Model Hipotesis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Layanan, dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian.....	41
Gambar 1.5 Kurva Uji T	60
Gambar 1.6 Kurva Uji F.....	61
Gambar 2.7 Logo Indomaret	69
Gambar 2.8 Struktur Organisasi PT. Indomarco Prismaatama.....	70
Gambar 2.9 Struktur Organisasi Toko Indomaret.....	73
Gambar 3.1 Kurva Uji T Pengaruh Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	145
Gambar 3.2 Kurva Uji T Pengaruh Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	149
Gambar 3.3 Kurva Uji T Pengaruh Lokasi (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	152
Gambar 3.4 Kurva Uji T Pengaruh Promosi (X4) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	156
Gambar 3.5 Kurva Uji T Pengaruh Layanan (X5) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	159
Gambar 3.6 Kurva Uji T Pengaruh Suasana Toko (X6) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	163
Gambar 3.7 Kurva Uji F Bauran Ritel terhadap Keputusan Pembelian	172

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Gerai Ritel di Indomaret	6
Tabel 1.2 Pendapatan Tahunan Indomaret Ngesrep	8
Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu	38
Tabel 1.4 Kriteria Koefisien Korelasi	58
Tabel 2.5 Usia Responden.....	81
Tabel 2.6 Pekerjaan Responden	82
Tabel 2.7 Pendidikan Responden.....	83
Tabel 2.8 Frekuensi Pembelian di Indomaret Cabang Ngesrep Semarang dalam Satu Bulan Terakhir	84
Tabel 2.9 Pengeluaran per bulan Responden	84
Tabel 3.1 Uji Validitas	88
Tabel 3.2 Uji Reliabilitas	90
Tabel 3.3 Uji Reliabilitas Variabel Produk (X1)	90
Tabel 3.4 Uji Realibilitas Variabel Harga (X2)	91
Tabel 3.5 Uji Realibilitas Variabel Lokasi (X3)	91
Tabel 3.6 Uji Realibilitas Variabel Promosi (X4).....	91
Tabel 3.7 Uji Realibilitas Variabel Layanan (X5)	92
Tabel 3.8 Uji Realibilitas Variabel Suasana Toko (X6)	92
Tabel 3.9 Uji Realibilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y1).....	92
Tabel 3.10 Indomaret Memiliki Kelengkapan Jenis Produk.....	94
Tabel 3.11 Indomaret Memiliki Kelengkapan Merk Produk.....	96
Tabel 3.12 Indomaret Memiliki Berbagai Ukuran dan Variasi Produk.....	97
Tabel 3.13 Indomaret Memiliki Kualitas Produk yang Baik	98
Tabel 3.14 Indomaret Cepat dalam Distribusi Produk.....	99
Tabel 3.15 Harga Produk Indomaret Sebanding dengan Kualitas	101
Tabel 3.16 Harga Produk Indomaret dapat Bersaing dengan Kompetitor	102
Tabel 3.17 Harga Produk Indomaret Terjangkau.....	104
Tabel 3.18 Indomaret Memberikan Kemudahan dalam Bertransaksi.....	105
Tabel 3.19 Lokasi Indomaret Strategis	107
Tabel 3.20 Lokasi Indomaret Mudah Dijangkau	108
Tabel 3.21 Indomaret Menyediakan Tempat Parkir yang Luas dan Aman	109
Tabel 3.22 Indomaret Mudah untuk Dilihat dan Ditemukan	110
Tabel 3.23 Indomaret Sering Melakukan Kegiatan Promosi	111
Tabel 3.24 Indomaret Memberikan Potongan Harga.....	113
Tabel 3.25 Indomaret Memiliki Beragam Media Promosi	114
Tabel 3.26 Indomaret Melakukan Personal Selling kepada Konsumen	115
Tabel 3.27 Karyawan Indomaret Melayani dengan Ramah.....	117
Tabel 3.28 Karyawan Indomaret Menyampaikan Informasi dengan Benar	118
Tabel 3.29 Karyawan Indomaret Melakukan Transaksi dengan Cepat	119

Tabel 3.30 Indomaret Menyediakan Papan Petunjuk Produk pada Gerainya.....	121
Tabel 3.31 Indomaret Melakukan Penataan Produk dengan Baik	122
Tabel 3.32 Penempatan Produk di Indomaret Memudahkan Konsumen dalam Pencarian Barang	124
Tabel 3.33 Pencahayaan di Indomaret Baik.....	125
Tabel 3.34 Sirkulasi Udara di Indomaret Baik.....	126
Tabel 3.35 Indomaret Bebas dari Kebisingan atau Suara yang Mengganggu	128
Tabel 3.36 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Bauran Ritel	129
Tabel 3.37 Indomaret menjadi Prioritas Utama dalam Berbelanja	135
Tabel 3.38 Indomaret menjadi Pilihan untuk Berbelanja Kebutuhan Sehari-hari	136
Tabel 3.39 Keyakinan dalam melakukan Keputusan Pembelian di Indomaret ..	137
Tabel 3.40 Pembelian di Indomaret secara Berulang.....	138
Tabel 3.41 Waktu untuk Memutuskan Pembelian di Indomaret.....	139
Tabel 3.42 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian.....	140
Tabel 3.43 Hasil Uji Koefisien Korelasi Produk dan Keputusan Pembelian.....	142
Tabel 3.44 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	143
Tabel 3.45 Hasil Uji Koefisien Korelasi Harga dan Keputusan Pembelian	146
Tabel 3.46 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	147
Tabel 3.47 Hasil Uji Koefisien Korelasi Lokasi dan Keputusan Pembelian	149
Tabel 3.48 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Lokasi terhadap Keputusan Pembelian.....	150
Tabel 3.49 Hasil Uji Koefisien Korelasi Promosi dan Keputusan Pembelian....	153
Tabel 3.50 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	154
Tabel 3.51 Hasil Uji Koefisien Korelasi Layanan dan Keputusan Pembelian ...	157
Tabel 3.52 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Layanan terhadap Keputusan Pembelian.....	158
Tabel 3.53 Hasil Uji Koefisien Korelasi Suasana toko dan Keputusan Pembelian	160
Tabel 3.54 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian.....	161
Tabel 3.55 Hasil Uji Koefisien Korelasi Bauran Ritel dan Keputusan Pembelian	165
Tabel 3.56 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Layanan, dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian	165

Tabel 3.57 Uji Koefisien Determinasi Pengaruh Bauran Ritel terhadap Keputusan Pembelian.....	170
Tabel 3.58 Uji F Pengaruh Bauran Ritel terhadap Keputusan Pembelian	172