



**PENGARUH BAURAN RITEL (*RETAIL MIX*) TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN DI HYPERMART PARAGON SEMARANG**

SKRIPSI

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1
Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun:

NAMA : DEWI REZEKI

NIM : 14020213140123

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

2020

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama Lengkap : Dewi Rezeki
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14020213140123
3. Tempat / Tanggal Lahir : Denpasar, 12 Juni 1995
4. Jurusan / Program Studi : S-1 Administrasi Bisnis
5. Alamat : Perumahan Alam Indah Blok B4/19
Cipondoh, Tangerang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi/TA) yang saya tulis berjudul:

Pengaruh Bauran Ritel (*Retail Mix*) Terhadap Minat Beli Konsumen di Hypermart Paragon Semarang

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20%. Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, 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.

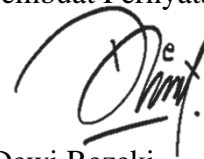
Semarang, 31 Desember 2020

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



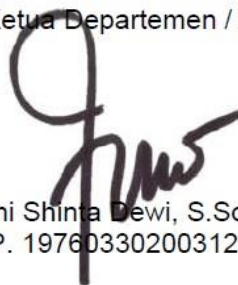
Dr. Hari Susanta Nugraha, S.Sos., M.Si.
NIP. 197003031994121001

Pembuat Pernyataan,



Dewi Rezeki
NIM. 14020213140123

Ketua Departemen / PS



Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si.
NIP. 197603302003122001

*) Lampirkan dokumen hasil uji Turnitin yang menunjukkan uji kemiripan <20%

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Pengaruh Bauran Ritel (*Retail Mix*) terhadap Minat Beli Konsumen di Hypermart Paragon Semarang**

Nama Penyusun : Dewi Rezeki

NIM : 14020213140123

Jurusan : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I

Semarang, 31 Desember 2020

Dekan

Wakil Dekan I



Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP

NIP. 196408271990011001



Drs. Teguh Yuwono, M. Pol.Admin

NIP.196908221994031003

Dosen Pembimbing

1. Dr. Hari Susanta Nugraha, S.Sos., M.Si. (.....)



Dosen Penguji

1. Prof. Dr. Ari Pradhanawati MS. (.....)



2. Dr. Drs. Ngatno MM. (.....)



3. Dr. Hari Susanta Nugraha, S.Sos., M.Si. (.....)



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Berdoalah kepada-KU (Allah SWT), niscaya akan AKU kabulkan”

(Quran. Al Mukmin: 60)

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya
sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Quran. Al Insyirah: 5-6)

“Keep Looking Forward”

(Walt Disney)

PERSEMBAHAN

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

1. Kedua orangtua saya tercinta, Ibu dan Bapak yang doanya tidak pernah putus, selalu memberikan kasih sayang dari kecil sampai saat ini dan selamanya, memberikan semangat, dan memberikan dukungan moral maupun materil
2. Denny Kurniawan Prawira, suami yang selalu menyemangati untuk selalu tidak berputus asa dan kerja keras.
3. Aliruby Prawira yang sedari dari dalam kandungan menemani Ibunya berjuang mengerjakan dan memperjuangkan skripsi ini.
4. Sahabat-sahabat saya Nimas dan Nadia yang selalu mendengar keluh kesah saya, menyemangati juga mendukung saya selalu apapun keadaannya.
5. Seluruh dosen Administrasi Bisnis FISIP Undip, terimakasih atas segala ilmunya yang sangat bermanfaat.
6. Teman - teman seperjuangan Administrasi Bisnis FISIP UNDIP 2013, khususnya teman - teman kelas 12 yang sudah menemani semasa perkuliahan.
7. Teman - teman HMJ Administrasi Bisnis, yang sudah memberikan pengalaman dalam berorganisasi.
8. Semua teman-teman terdekat yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan dan dukungannya selama ini.

ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi yang cepat di Semarang menciptakan persaingan bisnis yang ketat, termasuk bisnis ritel. Hal tersebut membuat pebisnis harus bekerja keras untuk bersaing dalam meningkatkan penjualan mereka. Salah satu cara untuk meningkatkan penjualan pada sebuah reetail adalah dengan memperhatikan faktor-faktor retail mix dalam mempengaruhi minat beli konsumen. Hypermart Paragon merupakan salah satu ritel yang menjadi pilihan masyarakat Semarang untuk berbelanja, namun pada beberapa tahun terakhir jumlah penjualan mengalami penurunan. Apabila hal tersebut tidak diperbaiki dan diatasi bukan berarti tidak mungkin akan menimbulkan masalah bagi Hypermart Paragon. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh retail mix terhadap minat beli pada konsumen Hypermart Paragon Semarang. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel bebas yaitu bauran ritel yang terdiri dari produk, promosi, lokasi, harga, penampilan, dan perorangan serta variabel terikat minat beli konsumen. Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling*. Adapun jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Data dianalisis melalui uji validitas, uji reliabilitas, *crosstab*, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji t, dan uji F dengan bantuan program IBM SPSS versi 19.0.

Kata kunci : Produk, promosi, lokasi, harga, penampilan, perorangan dan minat beli

ABSTRACT

Rapid economic growth in Semarang creates intense business competition, including retail businesses. This makes businesses have to work hard to compete in increasing their sales. One way to increase sales in a retail is to pay attention to retail mix factors in influencing consumer buying interest. Hypermart Paragon is one of the retail options for Semarang people to shop, but in recent years the number of sales has decreased. If this is not fixed and resolved does not mean that it is unlikely to cause problems for Hypermart Paragon. The purpose of this research is to find out the influence of retail mix on buying interest in Hypermart Paragon Semarang consumers. Variables used in this study include free variables namely retail mix consisting of products, promotions, place, price, presentation, and personnel and variables tied to consumer buying interest. This type of research is explanatory research. Sampling techniques using accidental sampling method. The number of samples taken as many as 100 respondents. Data were analyzed through validity tests, reliability tests, crosstabs, correlation coefficients, determinant coefficients, simple linear regression, multiple linear regression, t-tests, and F tests with the help of IBM SPSS version 19.0 programs.

Key words : Products, promotions, place, price, presentation, personnel, consumer buying interest

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Bauran Ritel (*Retail Mix*) terhadap Minat Beli Konsumen Hypermart Paragon Semarang**” dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Skripsi ini bisa diselesaikan tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah memberikan masukan-masukan kepada penulis. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Dr. Hardi Warsono, MTP. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
2. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun laporan ini.
3. Dr. Hari Susanta Nugraha S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penulisan.
4. Dr. Drs. Ngatno MM. selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah banyak membantu selama masa perkuliahan serta memberi saran dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Prof. Dr. Ari Pradhanawati MS. selaku dosen penguji komprehensif yang telah meluangkan waktu untuk menguji dan mengarahkan penulis.
6. Seluruh *manager* dan karyawan PT Matahari Putra Prima, yang telah memberikan bantuan dan informasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Seluruh Dosen Pengajar Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan.
8. Segenap Keluarga, Orang Tua dan Sahabat atas, motivasi dan doa yang tulus yang telah diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

9. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang yang telah banyak membantu penulis selama masa perkuliahan.
10. Seluruh responden atas kesediaannya mengisi kuesioner yang telah peneliti berikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis, maka dalam kesempatan yang ini penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca. Penulis hanya bisa berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Terima Kasih.

Semarang, 8 Desember 2020

Penulis

Dewi Rezeki

14020213140123

DAFTAR ISI

PENGARUH BAURAN RITEL (<i>RETAIL MIX</i>) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI HYPERMART PARAGON SEMARANG	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	11
1.6. Kerangka Teori.....	12
1.6.1. Perilaku Konsumen	12
1.6.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	14
1.6.3. Minat Beli.....	15
1.6.4. Pemasaran.....	18
1.6.5. Manajemen Pemasaran	19
1.6.6. Penjualan Eceran (<i>Retailing</i>).....	19
1.6.7. Keputusan Pembelian	27
1.7. Penelitian Terdahulu	30
1.8. Hipotesis.....	32
1.9. Definisi Konseptual.....	33
1.9.1. Produk (<i>Product</i>).....	33
1.9.2. Promosi (<i>Promotion</i>)	33

1.9.3.	Lokasi (<i>Place</i>)	33
1.9.4.	Harga (<i>Price</i>)	33
1.9.5.	Bukti Fisik (<i>Presentation</i>)	34
1.9.6.	Manusia (<i>Personnel</i>)	34
1.9.7.	Minat Beli	34
1.10.	Definisi Operasional	34
1.10.1.	Produk (<i>Product</i>)	34
1.10.2.	Promosi (<i>Promotion</i>)	34
1.10.3.	Lokasi (<i>Place</i>)	35
1.10.4.	Harga (<i>Price</i>)	35
1.10.5.	Bukti Fisik (<i>Presentation</i>)	35
1.10.6.	Manusia (<i>Personnel</i>)	36
1.10.7.	Minat Beli Konsumen	36
1.11.	Metode Penelitian	36
1.11.1.	Tipe Penelitian	36
1.11.2.	Populasi dan Sampel	37
1.11.2.1.	Populasi	37
1.11.2.2.	Sampel	37
1.11.3.	Teknik Pengambilan Sampel	38
1.11.4.	Skala Pengukuran	39
1.11.5.	Metode Pengumpulan Data	40
1.12.	Pengolahan Data	41
1.13.	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	42
1.13.1.	Uji Validitas	42
1.13.2.	Uji Reliabilitas	42
1.14.	Analisis Data	43
1.14.1.	Analisis Kuantitatif	43
1.14.2.	Analisis Korelasi	43
1.14.3.	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	43
1.14.4.	Analisis Regresi Sederhana	44
1.14.5.	Analisis Regresi Berganda	44

1.14.6. Uji t (Parsial)	45
1.14.7. Uji F (Simultan).....	46
BAB II.....	48
GAMBARAN UMUM HYPERMARKET PARAGON SEMARANG.....	48
2.1. Sejarah Hypermart	48
2.2. Visi, Misi, dan Nilai Perusahaan.....	49
2.2.1. Visi	50
2.2.2. Misi.....	50
2.2.3. Nilai-nilai.....	51
2.3. Logo Perusahaan	51
2.4. Struktur Organisasi Hypermart Paragon Semarang	52
2.5. Produk	58
2.6. Identitas Responden	59
2.6.1. Jenis Kelamin Responden	59
2.6.2. Usia Responden	60
2.6.3. Status Perkawinan	60
2.6.4. Pekerjaan Responden	61
2.6.5. Pendidikan Terakhir Responden.....	62
2.6.6. Penghasilan Responden	63
BAB III PENGARUH <i>RETAIL MIX</i> TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI HYPERMART PARAGON SEMARANG	64
3.1. Uji Kualitas Data.....	64
3.1.1. Uji Validitas	64
3.1.2. Uji Reliabilitas.....	66
3.1.3. Uji Normalitas	67
3.1.4. Analisis Regresi Berganda	68
3.1.5. Uji Model	69
3.1.5.1. Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F).....	69
3.1.5.2. Koefisien Determinasi	70
3.1.5.3. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t).....	71
3.2. Pembahasan.....	75

BAB IV	78
PENUTUP.....	78
4.1. Kesimpulan	78
4.2. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 <i>Net Sales</i> Hypermart Paragon Semarang Periode Tahun 2013-2018....	2
Tabel 1. 2 Kuantitas Barang Terjual Hypermart Paragon 2013-2016.....	5
Tabel 1. 3 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	443

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Hipotesis	29
Gambar 1.2 Kurva Hasil Uji t (<i>two tail test</i>).....	42
Gambar 1.3 Kurva Hasil Uji F	44