



**PENGARUH VARIABEL BAURAN PEMASARAN RITEL (*RETAIL
MARKETING MIX*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN
KEPUASAN KONSUMEN PADA MINIMARKET INDOMARET
DI KOTA JEMBER**

SKRIPSI

Oleh :

Perdamita Dian Novitawati

NIM. 080810201160

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2011**



**PENGARUH VARIABEL BAURAN PEMASARAN RITEL (*RETAIL
MARKETING MIX*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN
KEPUASAN KONSUMEN PADA MINIMARKET INDOMARET
DI KOTA JEMBER**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

Perdamita Dian Novitawati

NIM. 080810201160

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2011**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : PERDAMITA DIAN NOVITAWATI
NIM : 080810201160
Jurusan : MANAJEMEN
Konsentrasi : PEMASARAN
Judul Skripsi : Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran Ritel (*Retail Marketing Mix*) terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Pada Minimarket Indomaret di Kota Jember.

menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata dikemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan maka saya bersedia mempertanggungjawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 10 Oktober 2011

Yang menyatakan,



Perdamita Dian Novitawati
NIM. 080810201160

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran Ritel (*Retail Marketing Mix*) terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Pada Minimarket Indomaret di Kota Jember.

Nama Mahasiswa : Perdamita Dian Novitawati

Nim : 080810201160

Jurusan : Manajemen

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Imam Suroso, SE, MSi.
NIP. 19591013 198802 1 001

Dr. Deasy Wulandari, SE, MSi.
NIP. 19730908 200003 2 001

**Koordinator
Program Studi Manajemen**

Dr. Hj. Istifadah, MSi
NIP. 1916610201990002201

JUDUL SKRIPSI

PENGARUH VARIABEL BAURAN PEMASARAN RITEL (*RETAIL MARKETING MIX*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN PADA MINIMARKET INDOMARET DI KOTA JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Perdamita Dian Novitawati

NIM : 080810201160

Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal:

18 OKTOBER 2011

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan
guna memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember.

Susunan Tim Penguji

Ketua : **Drs. Didik Pudjo Musmedi, M.Si** :
NIP. 196102091986031001

Sekretaris : **Dr. Deasy Wulandari, SE, M. Si** :
NIP. 197309082000032001

Anggota : **Dr. Imam Suroso, SE, M.Si** :
NIP. 195910131988021001



Mengetahui;
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Prof. Dr. H. Mohammad Saleh, M.Sc
NIP. 1956 0831 198403 1 002



PDF
Complete

Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

HALAMAN MOTTO

Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua.

(Aristoteles)

Kemenangan yang seindah-indahnya dan sesukar-sukarnya yang boleh direbut oleh manusia ialah menundukkan diri sendiri.

(Ibu. Kartini)

Lukislah hidupmu dengan tinta pengetahuan agar hidupmu lebih berwarna.

(Penulis)

Tidak ada yang tidak mungkin di dunia ini , asal kita terus berusaha dan sanggup membayar harganya.

(Penulis)



PDF
Complete

*Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada :

1. Suamiku tercinta, sebagai sumber semangat yang tidak pernah padam.
2. Keluargaku tercinta, terimakasih atas kehangatan kasih sayang yang tiada terkira.
3. Sahabatku, terimakasih atas motivasi yang telah diberikan.
4. Teman - teman angkatan 2008.
5. Almamaterku tercinta.

ABSTRAKSI

Penelitian ini merupakan studi kasus pemasaran ritel pada salah satu pelaku ritel besar di Indonesia. Penelitian berjudul Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran Ritel (*Retail Marketing Mix*) Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Pada Minimarket Indomaret di Kota Jember. Objek yang diteliti adalah konsumen yang berbelanja di Indomaret kota Jember. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh langsung variabel bauran pemasaran Ritel yang meliputi produk, harga, promosi, layanan, fasilitas fisik terhadap keputusan pembelian maupun pengaruh tidak langsung terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diambil dari jawaban responden yang mengisi kuisisioner yaitu konsumen yang berbelanja di Indomaret PB. Sudirman Kecamatan Patrang, Indomaret Letjen Suprpto kecamatan Sumbersari, Indomaret Gajahmada Kecamatan Kaliwates yang terpilih dan memenuhi kriteria sebagai responden. Sedangkan data sekunder penelitian ini diperoleh dari penelitian sebelumnya, literatur yang berakaitan dengan penelitian dan data dari perusahaan yang diteliti. Tehnik Pengambilan sampel menggunakan *stratified random sampling* kemudian *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 94 orang. Alat analisis yang digunakan adalah Analisis Jalur (*Path Analysis*). Hasil analisis ini menunjukkan bahwa variabel bauran pemasaran Ritel yang meliputi produk, harga, promosi, layanan, fasilitas fisik berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel bauran pemasaran Ritel yang meliputi produk, harga, promosi, layanan, fasilitas fisik dan keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci : Bauran Pemasaran Ritel, Keputusan Pembelian, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

*This study is a retail marketing case study on one large retailers in Indonesia. The study entitled *Effect of Retail Marketing Mix Variables Against Purchase Decision and Customer Satisfaction In Minimarket Indomaret in Jember City*. Object under study is consumers who shop in the city of Jember Indomaret. The research objective was to determine the effect of direct retail marketing mix variables which includes product, price, promotion, service, physical facilities of purchasing decisions as well as indirect influence on customer satisfaction through the purchase decision. This study uses primary data and secondary data. Primary data was taken from the answers of respondents who filled in a questionnaire that consumers who shop at Indomaret PB. Sudirman Patrang District, Lt. Suprpto Indomaret Summersari districts, Indomaret Gajahmada Kaliwates District and meet the criteria selected as respondents. While secondary research data was obtained from previous studies, literature berakaitan with research and data from the companies studied. Sampling techniques using stratified random sampling and purposive sampling with the number of respondents as many as 94 people. Analysis tool used is the Path Analysis (Path Analysis). The results of this analysis indicate that the retail marketing mix variables which includes product, price, promotion, service, physical facilities have a significant effect on purchasing decisions. Retail marketing mix variables which includes product, price, promotion, service, physical facilities and purchasing decisions significantly influence consumer satisfaction.*

Key Words :Retail Marketing Mix, Purchase Decision, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia serta hidayah-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “ Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran Ritel (*Retail Marketing Mix*) Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Pada Minimarket Indomaret di Kota Jember.ö

Tujuan penulis menyusun skripsi ini, untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Pendidikan Strata I pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Jember. Penulis menyadari, bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat waktu dan pengalaman yang diterima penulis.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis banyak mendapat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya pada pihak-pihak yang bersangkutan, antara lain kepada :

1. Prof. Dr. H. M. Saleh, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Dr. Imam Suroso, SE. M.Si, selaku Dosen Pembimbing I dan Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si, selaku Dosen Pembimbing II, terima kasih banyak atas segala bimbingan dan dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Welly Aditya H.T sebagai suami yang tidak pernah lelah menguatkan penulis dalam setiap hal dengan penuh kesabaran dan cinta kasih.
4. Orang tua yang telah menghadirkan penulis di dunia ini, memberi cinta kasih, perhatian dan doa.
5. Pimpinan PT. Indomarco Prismatama yang telah memberikan kemudahan akan perolehan data guna penyusunan skripsi ini.
6. Teman-teman angkatan 2008 Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang selalu memberi motivasi dan kebersamaannya saat suka maupun duka.
7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan ilmu serta bimbingannya kepada kami.



*Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

8. Seluruh Staf Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang tidak bisa penulis sebut satu persatu yang telah banyak memberikan ilmu dan arahan-arahan yang benar, terima kasih banyak atas segala bentuk dukungan dan jasanya, maupun bantuan secara tidak langsung yang membantu penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat bagi berbagai pihak yang membutuhkan.

Jember, 10 Oktober 2011

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.3.1 Tujuan Penelitian	5
1.3.2 Manfaat Penelitian	6
1.4. Batasan Masalah	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Peneliti terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1. Pengertian Pemasaran dan konsep Pemasaran	12
2.2.2. Pelayanan Eceran Ritel	13
2.2.3. Bauran Pemasaran Ritel	14
2.2.4. Perilaku Konsumen	18
2.2.5. Peranan Konsumen dalam Membentuk Perilakunya	21
2.2.6. Persepsi Konsumen	22

2.2.7. Motif Pembelian Konsumen	23
2.2.8. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen ..	23
2.2.9. Konsep kepuasan pelanggan (<i>customer satisfaction</i>)	25
2.3. Kerangka Konseptual	27
2.4. Hipotesis	28
BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1. Rancangan Penelitian	30
3.2. Jenis dan Sumber Data	30
3.3. Populasi dan Sampel	30
3.3.1. Populasi	30
3.3.2. Sampel	31
3.4. Identifikasi variabel	34
3.5. Definisi Operasional Variabel	35
3.6. Skala Pengukuran Data	37
3.7. Pengujian Instrumen Penelitian	38
3.7.1. Uji Validitas	38
3.7.2. Uji Reliabilitas	39
3.8. Metode Analisis Data	41
3.8.1. Analisis Deskriptif	41
3.8.2. Jalur (<i>Path Analysis</i>)	41
3.8.3. Uji Asumsi Klasik	44
3.8.4. Uji Hipotesis	45
3.8.5. Perhitungan Jalur	46
3.9. Kerangka Pemecahan Masalah	48
BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1. Hasil Penelitian	51
4.1.1. Profil PT. Indomarco Prismatama	51
4.1.2. Struktur Organisasi PT Indomarco Prismatama Cabang Jember	58
4.1.3. Personalia PT Indomarco Prismatama Cabang Jember..	64
4.1.4. Karakteristik Responden	65

4.1.5. Analisis Data	71
4.1.5.1. Uji Validitas	71
4.1.5.2. Uji Reliabilitas	72
4.1.5.3. Analistik Statistik Deskriptif	73
4.1.6. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	86
4.1.7. Uji Asumsi Klasik	88
4.1.8. Uji Hipotesis	92
4.1.9. Perhitungan Jalur	95
4.2 Pembahasan	98
4.2.1 Pengaruh Produk terhadap Keputusan Pembelian	99
4.2.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	99
4.2.3 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	100
4.2.4 Pengaruh Layanan terhadap Keputusan Pembelian	100
4.2.5 Pengaruh Fasilitas Fisik terhadap Keputusan Pembelian..	101
4.2.6 Pengaruh Produk terhadap Kepuasan Konsumen	102
4.2.7 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen	102
4.2.8 Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen	103
4.2.9 Pengaruh Layanan terhadap Kepuasan Konsumen	103
4.2.10 Pengaruh Fasilitas Fisik terhadap Kepuasan Konsumen ...	104
4.2.11 Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen	105
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	106
5.1. Kesimpulan	106
5.2. Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN-LAMPIRAN	113

DAFTAR TABEL

Tabel :	Halaman :
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Sekarang	11
Tabel 3.1 Klasifikasi berdasarkan Tingkat Penjualan Indomaret di Kota Jember	31
Tabel 3.2 Rata-rata Jumlah Pengunjung per Hari Minimarket Indomaret	33
Tabel 3.3 Jumlah Sampel Berdasarkan Lokasi Indomaret di Kota Jember	34
Tabel 3.4 Hubungan Jumlah Butir Pertanyaan dengan Reliabilitas Instrumen	40
Tabel 4.1 Kartu Penilaian Kondisi Gerai	58
Tabel 4.2 Jumlah Karyawan PT Indomarc Prismatama Kantor Perwakilan Cabang Jember	65
Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden	67
Tabel 4.4 Usia Responden Konsumen	67
Tabel 4.5 Profesi Responden Konsumen	68
Tabel 4.6 Pendapatan/Penerimaan Responden Konsumen	69
Tabel 4.7 Jarak dari Indomaret	70
Tabel 4.8 Usia Responden Konsumen	71
Tabel 4.9 Jumlah Nominal Belanja	71
Tabel 4.10 Validitas Instrumen Penelitian	73
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Variabel Produk/ <i>product</i> (X_1)	75
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Variabel Harga/ <i>Price</i> (X_2)	76
Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Variabel Promosi/ <i>Promotion</i> (X_3)	78
Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi Variabel Layanan/ <i>Service</i> (X_4)	80
Tabel 4.16 Distribusi Frekuensi Variabel Fasilitas Fisik/ <i>Physical Evidence</i> (X_5)	81
Tabel 4.17 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	83
Tabel 4.18 Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	84
Tabel 4.19 Nilai Koefisien Jalur	88
Tabel 4.20 Uji Multikolinearitas	90
Tabel 4.21 Uji Heteroskedastisitas	91
Tabel 4.22 Hasil Uji Hipotesis	93
Tabel 4.23 Hasil Pengaruh Total	99



PDF Complete

Your complimentary use period has ended.
Thank you for using PDF Complete.

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

DAFTAR GAMBAR

Gambar :	Halaman :
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	24
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian	27
Gambar 3.1 <i>Path Analysis</i> Bauran Pemasaran Ritel terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian	43
Gambar 3.2 Kerangka Pemecahan Masalah	49
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Indomarco Prismatama	59
Gambar 4.2 Hasil Analisis Jalur	89
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas	92
Gambar 4.4 Hasil Analisis Jalur	97



PDF
Complete

*Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Penelitian Kuisisioner	113
Lampiran 2. Tabulasi Data	119
Lampiran 3. Uji Validitas	129
Lampiran 4. Uji Reliabilitas	134
Lampiran 5. Analisis Deskriptif	142
Lampiran 6. Uji Multikolinearitas	152
Lampiran 7. Uji Heteroskedastisitas	154
Lampiran 8. Uji Normalitas	159
Lampiran 9. Analisis Jalur	162