

**PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN RITEL TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MAXIMART
THAMRIN PLAZA MEDAN**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana
(S1) pada Program Sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sumatera Utara**

Disusun Oleh :

**Deby Magdalena Kurniawan
110907020**



**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA/BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA
MEDAN 2015**

UNIVERSITAS SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA/ BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN

Hasil skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dan diperbanyak oleh:

Nama : Deby Magdalena Kurniawan
NIM : 110907020
Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga/ Bisnis
Judul : Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Ritel terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada MaxiMart Thamrin Plaza Medan

Medan, Juli 2015

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi

Agus Edy Rangkuti, S.E, M.Si

NIP: 197208172005011001

Prof. Dr. Marlon Sihombing, M.A.

NIP: 195908161986011001

Dekan FISIP USU

Prof. Dr. Badaruddin, M.Si

NIP 196805251992031002

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan penyertaan-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “PENGARUH BAURAN PEMASARAN RITEL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MAXIMART THAMRIN PLAZA MEDAN”.

Ucapan terima kasih terutama kepada kedua orang tua dan nenek saya atas segala cinta, kasih sayang dan motivasi yang selalu dilimpahkan kepada saya. Tidak lupa juga saya ucapkan terimakasih kepada seluruh keluarga besar yang selalu memberikan dukungan kepada saya hingga saya bisa menyelesaikan pendidikan saya.

Selama pengerjaan laporan ini peneliti juga telah dibantu banyak pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Badaruddin, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara.
2. Bapak Prof. Dr. Marlon Sihombing, M.A selaku Ketua Departemen Program Studi Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara.
3. Bapak Agus Edi Rangkuti, S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dengan sabar, memberikan saran, nasehat serta solusi yang sangat membantu saya dalam pengerjaan skripsi ini.

4. Bapak Muhammad Arifin Nasution selaku Dosen Wali saya yang telah memberikan dukungan, bimbingan dan pengarahana selama saya menjalani masa perkuliahan di Departemen Ilmu Administrasi Bisnis.
5. Kak Siswati Saragih, selaku Dosen serta Staff administrasi di kantor Departemen Ilmu Administrasi Bisnis yang selalu sabar selama proses pengurusan administrasi selama saya kuliah.
6. Para Dosen dan Staff di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara, khususnya dari Departemen Ilmu Administrasi Bisnis yang telah banyak memberikan Ilmu selama masa perkuliahan.
7. Teman-teman Departemen Ilmu Administrasi Bisnis, khususnya stambuk 2011. Terimakasih atas kebersamaan kita selama ini. Terutama kepada Hermanto Simbolon, Suhendra, Triwan, Rima, Putri, Fauziah, serta Ester yang banyak membantu saya selama ini.
8. Kepada sahabat saya Kelly Agatha dan Lisnawaty. Kalian selalu mendukung dan memberikan solusi atas semua permasalahan yang saya hadapi. Juga kepada sahabat saya sejak saya SD, SMP, SMA, hingga sekarang; Nova Kharlinda, Debby Laviani dan Ferdinan Khohir yang selama ini selalu sabar mendengarkan cerita saya, selalu menenangkan saya dikala saya menghadapi permasalahan.
9. Kepada Maggie, Beatrice Nathania, Monika, Dewi Susanti, Serta Selawati yang selama ini sangat banyak membantu saya dalam segala permasalahan saya. Terimakasih kepada kalian semua atas semua perhatian yang kalian berikan.

10. Kepada semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Semoga Tuhan selalu memberkati dalam setiap langkah kita. Peneliti menyadari bahwa hasil dari penelitian ini masih sangat jauh dari kata “sempurna”. Oleh sebab itu peneliti berharap para pembaca bersedia memberikan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk memperkaya pengetahuan para pembaca.

Medan, 2015

Peneliti

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Pengaruh produk, harga, promosi, pelayanan serta fasilitas fisik secara partial terhadap keputusan pembelian pada MaxiMart Thamrin Plaza Medan, (2) pengaruh bauran pemasaran ritel secara simultan terhadap keputusan pembelian pada MaxiMart Thamrin Plaza Medan dan (3) variabel mana yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada MaxiMart Thamrin Plaza Medan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Subjek penelitian ini adalah konsumen MaxiMart Thamrin Plaza Medan sedangkan yang menjadi objek penelitian ini adalah bauran pemasaran ritel dan keputusan pembelian. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan kuisioner. Data dianalisis dengan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 19.0 *for windows* yang meliputi uji T dan uji F.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa variabel turunan retailing mix yang terdiri dari produk, harga, promosi, pelayanan, dan fasilitas fisik secara bersama-sama signifikan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian pada tingkat signifikansi 25,4% dan sisanya sebesar 74,6% dijelaskan oleh variabel-variabel lain. Variabel Produk memiliki pengaruh yang dominan terhadap keputusan pembelian konsumen pada MaxiMart Thamrin Plaza Medan.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran Ritel, Keputusan Pembelian, Produk, Harga, Promosi, Pelayanan, Fasilitas Fisik

Abstract

This study aimed to determine (1) the influence of product, price, promotion, service and physical facilities effect on purchasing decisions at MaxiMart Thamrin Plaza Medan, (2) the effect of retailing mix simultaneously on purchasing decision at MaxiMart Thamrin Plaza Medan and (3) which variable have a dominant effect on purchasing decision. This study was included in the quantitative associative research teh number of respondent 100 people. The subjects were consumers of MaxiMart Thamrin Plaza Medan and the object of this research is the retailing mix and purchasing decisions. Data collection method was used a questionnaire. Data were analyzed with mutiple linear regression analysis with SPSS 19.0 for windows that include the T test and F test.

Research findings show that the variables of retailing mix which are product, price, promotion, service, physical facilities effect on purchasing decision at 25,4 percent level of significant and while the rest of 74,6% percent is explained by other variables.

***Keyword:** Retailing Mix, Purchasing Decisions, Product, Price, Promotion, service, physical facilities effect*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah.....	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II KERANGKA TEORI	
2.1 Keputusan Pembelian	
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	8
2.1.2 Faktor-faktor Keputusan Pembelian.....	9
2.1.3 Tahapan Keputusan Pembelian.....	12
2.2 Strategi	
2.2.1 Pengertian Strategi.....	16
2.2.2 Unsur-unsur Strategi.....	17
2.3 Pemasaran	19
2.4 Bauran Pemasaran Ritel	
2.4.1 Pengertian Bauran Pemasaran Ritel	20
2.4.2 Unsur-unsur Bauran Pemasaran Ritel	20
2.5 Penelitian Terdahulu	28

2.6 Defenisi Operasional	30
2.7 Kerangka Pemikiran.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Bentuk penelitian	33
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	33
3.3 Populasi dan Sampel	33
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	34
3.5 Hipotesis	35
3.6 Teknik Pengumpulan Data	37
3.6.1 Sumber Data	37
3.6.2 Skala Pengumpulan Data	38
3.7 Uji Instrumen.....	39
3.7.1 Uji Validitas	39
3.7.2 Uji Reliabilitas	40
3.8 Teknik Analisis Data	
3.8.1 Statistik Deskriptif	41
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	41
3.8.2.1 Uji Normalitas Data	41
3.8.2.2 Uji Multikolonieritas	42
3.8.2.3 Uji Heteroskedastisitas	43
3.9 Pengujian Hipotesis	44
BAB IV HASIL dan PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Responden	47
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	50
4.3 Pengujian Instrumen Penelitian.....	55
4.3.1 Uji Validitas	55
4.3.2 Uji Reliabilitas	57
4.4 Pengujian Asumsi Klasik.....	57
4.4.1 Uji Normalitas Data	57

4.4.2 Uji Multikolinieritas	60
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	61
4.5 Pengujian Hipotesis	63
4.5.1 Analisis Regresi Linear Berganda	63
4.5.2 Koefisien Determinasi	65
4.5.3 Uji F	66
4.5.4 Uji T	67
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	79
5.1 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Nama	Judul	Halaman
Tabel 2.1	Penelitian terdahulu	28
Tabel 3.1	Penentuan skor item	39
Tabel 4.1	Jenis kelamin	47
Tabel 4.2	usia	48
Tabel 4.3	pekerjaan	48
Tabel 4.4	Intensitas berbelanja	49
Tabel 4.5	Produk	50
Tabel 4.6	Harga	51
Tabel 4.7	Promosi	52
Tabel 4.8	Pelayanan	53
Tabel 4.9	Fasilitas fisik	54
Tabel 4.10	Keputusan pembelian	54
Tabel 4.11	Uji Validitas	56
Tabel 4.12	Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.13	Uji Kolmogrov-Smirnov	60
Tabel 4.14	Uji Multikolonieritas	61
Tabel 4.15	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	63
Tabel 4.16	Uji Koefisien Determinasi	65
Tabel 4.17	Uji - F	66
Tabel 4.18	Uji - T	68

DAFTAR GAMBAR

Nama	Judul	Halaman
3.1	Kerangka Pemikiran	32
4.1	Histogram	58
4.2	Normal P-Plot	59
4.3	Scatterplot	62