

**PENGARUH *RETAIL MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK PADA KONSUMEN SURYAMART JALAN
BATHORO KATONG NOMOR 239 PATIHAN WETAN PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat – syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Alvin Fadino Sujatmiko

NIM : 16413981

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2020

**PENGARUH *RETAIL MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK PADA KONSUMEN SURYAMART JALAN
BATHORO KATONG NOMOR 239 PATIHAN WETAN PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat – syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Alvin Fadino Sujatmiko

NIM : 16413981

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Retail Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian
Produk pada Konsumen Suryamart Jalan Bathoro Katong No. 239
Patihan Wetan Ponorogo

Nama : Alvin Fadino Sujatmiko

NIM : 16413981

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat
untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 19 Agustus 2020

Pembimbing I



(Dra. Umi Farida, MM)

NIDN. 0710016101

Pembimbing II



(Adi Santoso, SE., MM)

NIDN. 0727118803

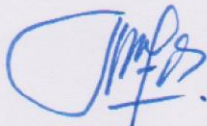
Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi



(Titi Rapini, SE., MM)

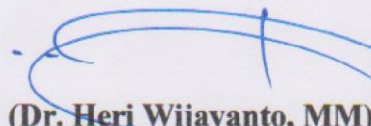
NIK. 19630505 199001 11

Dosen Penguji :



(Dra. Umi Farida, MM)

NIDN. 0710016101



(Dr. Heri Wijayanto, MM)

NIDN. 0025057401



(Drs. Setyo Adji, MM)

NIDK. 8856080018

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *retail marketing mix* terhadap keputusan pembelian produk pada konsumen Suryamart Jalan Bathoro Katong No 239 Patihan Wetan Ponorogo. Populasi dan sampel pada penelitian ini adalah konsumen Suryamart Jalan Bathoro Katong No 239 Patihan Wetan Ponorogo. Teknik pengambilan sampel menggunakan *insidental sampling*, skala pengukuran dengan *skala likert* melalui kuesioner sedangkan sampel yang diambil sebanyak 96 konsumen. Alat analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, 1) *place* (X_1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk (Y) pada konsumen Suryamart Jalan Bathoro Katong No 239 Patihan Wetan Ponorogo, 2) *people* (X_2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk (Y) pada konsumen Suryamart Jalan Bathoro Katong No 239 Patihan Wetan Ponorogo, 3) *product* (X_2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk (Y) pada konsumen Suryamart Jalan Bathoro Katong No 239 Patihan Wetan Ponorogo, dan 4) *price* (X_2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk (Y) pada konsumen Suryamart Jalan Bathoro Katong No 239 Patihan Wetan Ponorogo, *promotion* (X_5) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk (Y) pada konsumen Suryamart Jalan Bathoro Katong No 239 Patihan Wetan Ponorogo dan secara simultan menunjukkan bahwa *place* (X_1), *people* (X_2), *product* (X_2), *price* (X_2) dan *promotion* (X_5) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk (Y) pada konsumen Suryamart Jalan Bathoro Katong No 239 Patihan Wetan Ponorogo. Meskipun demikian variabel *promotion* adalah variabel yang paling mempengaruhi keputusan pembelian produk (Y) pada konsumen Suryamart Jalan Bathoro Katong No 239 Patihan Wetan Ponorogo.

Kata Kunci : *place, people, product, price dan promotion, keputusan pembelian*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT dengan segala rahmat, hidayah serta karunia-Nya, penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Retail Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Konsumen Suryamart Jalan Bathoro Katong No 239 Patihan Wetan Ponorogo”** ini dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Happy Susanto, MA selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Ibu Titi Rapini, SE.,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu Dra. Umi Farida, MM selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Ibu Dra. Umi Farida, MM selaku dosen pembimbing I dan Bapak Adi Santoso, SE.,MM selaku dosen pembimbing II, terimakasih banyak atas bimbingan dan arahnya selama penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Parno yang sudah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian di Suryamart Bathoro Katong.

6. Orang tuaku dan kakak-kakakku terimakasih banyak karena tak henti-hentinya mengalirkan dukungan serta do'a untuk kesuksesan Alvin.

Pepatah berkata “tiada gading yang tak retak”, demikian dengan tulisan ini yang tak luput dari kesalahan atau pun kekurangan, baik dari segi isi maupun pembahasan. Maka dari itu, peneliti terbuka atas saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Besar harapan peneliti agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi teman – teman mahasiswa manajemen khususnya dan masyarakat umumnya.

Ponorogo, 19 Agustus 2020

(Alvin Fadino Sujatmiko)
NIM. 16413981



PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 19 Agustus 2020



(Alvin Fadino Sujatmiko)
NIM. 16413981

DAFTAR ISI

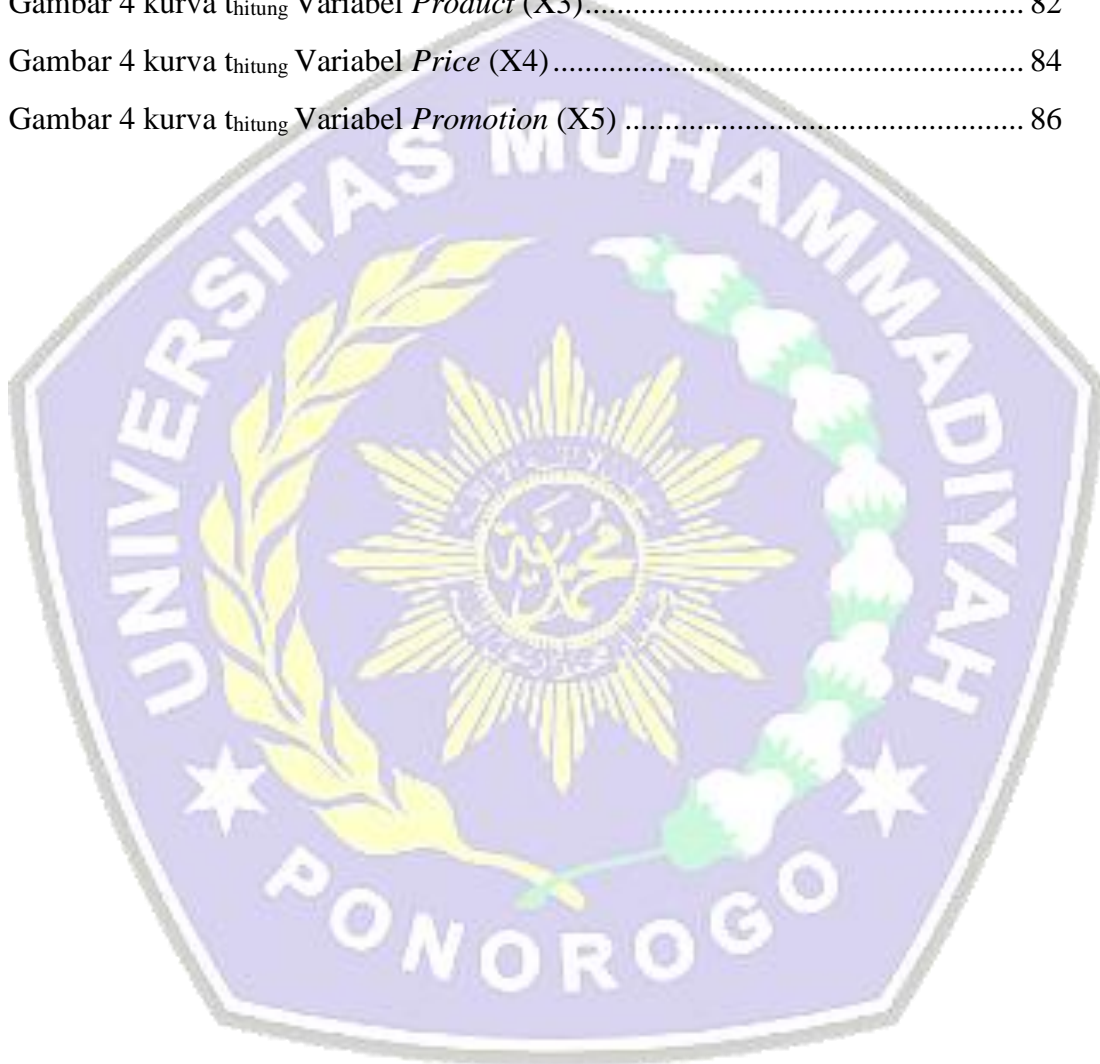
Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Ringkasan.....	iii
Kata Pengantar	iv
Pernyataan Tidak Melanggar Kode Etik Penelitian.....	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	ix
Daftar Lampiran.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	9
B. Penelitian Terdahulu	27
C. Kerangka Pemikiran	29
D. Pengembangan Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Ruang Lingkup Penelitian	36
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	37
C. Metode Pengambilan Data.....	39
D. Definisi Operasional Variabel	42
E. Metode Analisis Data	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	51
B. Pembahasan	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	101
B. Saran	102
DAFTAR PUSTAKA.....	105
LAMPIRAN	108

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 2 Responden Berdasarkan Umur	54
Tabel 3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 5 Responden Berdasarkan Intensitas Berbelanja	57
Tabel 6 Tanggapan Responden Terhadap <i>Place</i> (X1)	59
Tabel 7 Tanggapan Responden Terhadap <i>People</i> (X2)	61
Tabel 8 Tanggapan Responden Terhadap <i>Product</i> (X3)	63
Tabel 9 Tanggapan Responden Terhadap <i>Price</i> (X4)	65
Tabel 10 Tanggapan Responden Terhadap <i>Promotion</i> (X5)	67
Tabel 11 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	69
Tabel 12 Hasil Uji Validitas	70
Tabel 13 Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel 14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	74
Tabel 15 Hasil Uji t Pengaruh <i>Place</i> Terhadap Keputusan Pembelian	77
Tabel 16 Hasil Uji t Pengaruh <i>People</i> Terhadap Keputusan Pembelian	79
Tabel 17 Hasil Uji t Pengaruh <i>Product</i> Terhadap Keputusan Pembelian	81
Tabel 18 Hasil Uji t Pengaruh <i>Price</i> Terhadap Keputusan Pembelian	83
Tabel 19 Hasil Uji t Pengaruh <i>Promotion</i> Terhadap Keputusan Pembelian	85
Tabel 20 Hasil Uji f	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model Perilaku Konsumen	15
Gambar 2 Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	23
Gambar 3 Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 4 kurva t_{hitung} Variabel <i>Place</i> (X1)	78
Gambar 4 kurva t_{hitung} Variabel <i>People</i> (X2)	80
Gambar 4 kurva t_{hitung} Variabel <i>Product</i> (X3).....	82
Gambar 4 kurva t_{hitung} Variabel <i>Price</i> (X4).....	84
Gambar 4 kurva t_{hitung} Variabel <i>Promotion</i> (X5)	86



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	109
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner	113
Lampiran 3 Tabel r	117
Lampiran 4 Tabel F.....	119
Lampiran 5 Tabel t.....	121
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas	122
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas	126
Lampiran 8 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	128
Lampiran 9 Surat Ijin Penelitian	129
Lampiran 10 Berita Acara Bimbingan Skripsi	130
Lampiran 11 Surat Keterangan Hasil Plagiasi Skripsi.....	131

