

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran ritel terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Brodo *Store* Bandung. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bauran pemasaran ritel pada Brodo *Store* Bandung, mengetahui keputusan pembelian pelanggan terhadap produk Brodo, mengetahui secara simultan dan parsial antara pengaruh bauran pemasaran ritel terhadap keputusan pembelian pada Brodo *Store* Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* dengan menggunakan *accidental sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, secara simultan bauran pemasaran ritel berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Brodo *Store* Bandung. Hal ini dibuktikan dengan F_{hitung} yaitu sebesar 18,066 lebih besar dari jumlah F_{tabel} yaitu 2,20 ($18,066 > 2,20$) dan nilai signifikan yang didapat sebesar 0,000 kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial bahwa *location*, *merchandise assortments*, *pricing*, *communication mix*, *store design and display*, dan *customer service* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Brodo *Store* Bandung. Berdasarkan koefisien determinasi didapat bahwa variabel bauran pemasaran ritel berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pelanggan Brodo *Store* Bandung sebesar 64,2% sedangkan 35,8% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kesimpulan penelitian ini, pengaruh bauran pemasaran ritel memiliki pengaruh yang signifikan dan baik terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Brodo *Store* Bandung. Namun, pengembangan *customer relationship management* dan jumlah stok untuk produk selain sepatu juga ditingkatkan.

Kata kunci : Bauran pemasaran ritel, keputusan pembelian.