

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Teruntuk Keluargaku Tercinta:*

*Ayahanda Drs. Muh. Alwi Kulle, M.T dan Ibunda drg.*

*Rahminingrum Pujirahayu, M.Kes*

*Kakak Ardin As'ad Alwi dan Adik Putri Kusuma Wardani*

*Terima kasih untuk segala hal karena kalian tak pernah lelah  
memberikan kasih sayang, cinta, doa, motivasi, masukan dan kritik  
serta bimbingan.*

*Kalian pelitaku dalam hidup.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul: *PENGARUH RETAIL MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI RANGKAS BANDUNG*. Adapun penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memperoleh gelar Sarjana di program S-1 Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Telkom.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan semua pihak yang telah memberikan dukungan dan masukan baik material maupun spiritual. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Jafar Sembiring, DR, M.Ed.M selaku Dekan Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom dan Ibu Ida Nurnida Relawan, Dra., MM selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom.
2. Bapak Binu Wijanuarko, S.MB., MM, selaku pembimbing skripsi yang telah berkontribusi besar dalam memberikan pengarahan, saran serta selalu meluangkan waktu selama penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Retno Setyorini, SE., MM selaku dosen pembimbing pengganti yang telah membantu dan memberikan saran pada sidang skripsi dan pengerjaan revisi skripsi ini.
4. Ibu Anita Silvianita, SE., MSM dan Ibu Kristina Sisilia, ST., MBA, selaku dosen penguji seminar proposal dan sidang skripsi yang turut memberikan banyak pengetahuan yang bermanfaat dan masukan demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Bapak Darman Darwis, Bapak Sutrisno, Ibu Arlin Ferlina, Ibu Citra Kusuma Dewi dan Seluruh dosen program studi Ilmu Administrasi Bisnis serta pihak kampus yang telah memberikan ilmu yang akan bermanfaat bagi peneliti dan bantuan selama penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Dikdik Hastagangga Abiantoro, selaku pembimbing di Toko Rangkas Bandung atas seluruh informasi mengenai Toko Rangkas, semangat dan cerita pengalaman hidup yang menjadi motivasi peneliti untuk semakin lebih baik.
7. Keluarga Bude Pudji Hastuti, Bude Zainal, mas Rizki Renaldi dan mas Rizki Riva Marino yang sudah meluangkan waktu dan selalu memberikan semangat serta keceriaan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabat saya tersayang sejak SD-SMP-SMA hingga kini, Rezeki Ramadhani Tasri, Rika Hardiyanti Pagala, Frapti Dwi Inrajab, Waode Arsyinun Irhasti Bolu, Ririt Yuliati Taha, Venny Kumala, Inda Permata, Abdy Malik Mulki, Hertanto Ragil Pamungkas, Muh. Arfiansyah Ayub, Okra Chandra Kahar, Alfian Pical atas

persahabatan yang telah terjalin lama walaupun kita semua berbeda kota, kampus dan jurusan kuliah tidak menjadi halangan untuk selalu memberikan doa, dukungan dan semoga persahabatan kita selamanya.

9. Sahabat-sahabat seperjuangan dari awal perkuliahan, si Pintar Sindi Larasati, si Hello Kitty Dwi Rizka Amalia, si Uni P.E. Rahmadhani, si Cantik Ari Febrina Kumala Dewi atas dukungan, canda tawa dan kebersamaannya.
10. Muhammad Haikal Muharram, Mas Amir Hamzah, Defri Rofii, Mas Muhammad Arifin, Mas Eric Setyadi dan Aik Eko atas bantuan, waktu, motivasi penghibur dan doanya.
11. Seluruh keluarga besar Administrasi Bisnis-C 2010 terasik, terrame, terberisik, terkompak tanpa terkecuali atas kebersamaan, semangat dan doanya. Kita sukses bersama.
12. Komunitas @Nebengers dan #TeamBandung Nebengers atas pertemanan dan bantuan tebengannya. Tak Kenal maka Tak Nebeng.
13. Seluruh pihak termasuk responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dengan tidak mengurangi rasa hormat yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan semangat yang tak kalah besarnya.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan baik dalam materi maupun cara penulisannya. Peneliti juga berharap semoga dengan segala kekurangan yang ada, skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang memerlukannya.

Bandung, 16 April 2014

Peneliti,

Restu Ayu Larasati

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Gambaran Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan .....	1
1.1.2 Logo Perusahaan .....	2
1.1.3 Visi dan Misi Toko Rangkas .....	2
1.1.3.1 Visi.....	2
1.1.3.2 Misi .....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	2
1.3 Perumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Kegunaan Penelitian.....	9
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN</b>	
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian .....	11
2.1.1 Pemasaran.....	11
2.1.2 <i>Retail</i> .....	11
2.1.3 Bauran Ritel ( <i>Retail Mix</i> ) .....	11

2.1.3.1	<i>Location</i> .....	12
2.1.3.2	<i>Merchandise assortment</i> .....	13
2.1.3.3	<i>Pricing</i> .....	13
2.1.3.4	<i>Communication mix</i> .....	14
2.1.3.5	<i>Store design and Display</i> .....	16
2.1.3.6	<i>Customer service</i> .....	16
2.1.4	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	17
2.1.5	Keputusan Pembelian.....	18
2.1.6	Hubungan <i>Retail Mix</i> dengan Keputusan Pembelian.....	19
2.2	Penelitian Terdahulu .....	20
2.3	Kerangka Pemikiran.....	35
2.4	Hipotesis Penelitian.....	36
2.5	Ruang Lingkup Penelitian.....	37

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Jenis Penelitian.....	38
3.2	Variabel Operasional.....	38
3.2.1	Variabel Operasional.....	37
3.2.2	Skala Pengukuran.....	41
3.3	Tahapan Penelitian .....	42
3.4	Populasi dan Sampel .....	43
3.4.1	Populasi.....	43
3.4.2	Sampel.....	43
3.5	Pengumpulan Data .....	44
3.5.1	Jenis Data .....	44
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	46
3.6.1	Uji Validitas .....	46
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	49
3.7	Teknik Analisis Data.....	50
3.7.1	Analisis Data Dekriptif .....	50
3.7.2	<i>Method Succesive Interval (MSI)</i> .....	50
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	50
3.7.3.1	Uji Normalitas.....	51
3.7.3.2	Uji Multikolineritas.....	51

3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	51
3.7.3.4 Uji Autokoreasi .....	51
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	52
3.7.5 Uji Signifikansi Simultan (uji F).....	52
3.7.6 Uji Signifikansi Parameter Individual (uji t) .....	53
3.7.7 Uji Determinasi ( $R^2$ ) .....	54

## **BAB IV METODE PENELITIAN**

4.1 Karakteristik Responden .....	56
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	57
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	58
4.2 Analisis Deskriptif.....	59
4.2.1 Tanggapan Responden Mengenai <i>Retail Mix</i> (X).....	59
4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y) .....	69
4.3 Uji Asumsi Klasik .....	71
4.3.1 Uji Normalitas.....	71
4.3.2 Uji Multikolinearitas .....	72
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	73
4.3.4 Uji Autokorelasi.....	73
4.4 Analisis Regresi Berganda .....	74
4.4.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) .....	76
4.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....	77
4.4.3 Analisis Pengaruh Parsial .....	82
4.4.4 Koefisien Determinasi .....	86

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran.....	88

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**