

**PENGARUH *RETAILING MIX* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi pada Alfamart Matraman Raya 3 Jakarta Timur)**

**SKRIPSI**

**INDRIA MAULDY  
2116000072**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2020**

**PENGARUH *RETAILING MIX* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi pada Alfamart Matraman Raya 3 Jakarta Timur)**

**SKRIPSI**

**INDRIA MAULDY  
2116000072**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN  
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2020**

# PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH RETAILING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi pada Alfamart Matraman Raya 3 Jakarta Timur)**

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 08 Agustus 2020

  
-Indria Mauldy  
NPK : 21160000072

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

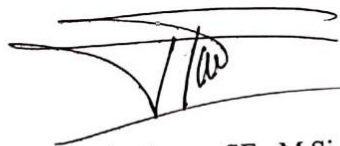
Skripsi dengan judul :

**PENGARUH RETAILING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**  
**(Studi pada Alfamart Matraman Raya 3 Jakarta Timur)**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Bapak Asep Saefurahman, SE., M.Si. dan diketahui oleh Kepala Program Studi Strata 1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 25 Agustus 2019

Pembimbing,



Asep Saefurahman, SE., M.Si.

Kepala Program Studi S-1  
Manajemen,



Drs. Sumitro, M.sc

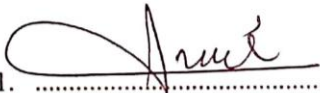
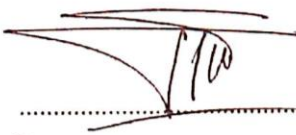
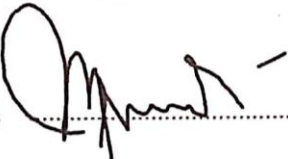
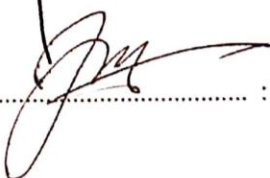
## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH *RETAILING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEBELIAN  
(Studi Pada Alfamart Matraman Raya 3 Jakarta Timur)**

Telah diuji dalam suatu sidang yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), pada tanggal 9 September 2020 dengan nilai A

**Panitia Ujian Skripsi**

1.  ..... : Drs. Sumitro, MSc  
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  ..... : Asep Saefurahman, SE., M.Si  
(Pembimbing)
3.  ..... : Drs. Budiono, M.Sc  
(Anggota Penguji)
4.  ..... : Drs. Yusuf Suhardi, M.Si., MM  
(Anggota Penguji)

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wata'ala atas berkat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini, penulis sampaikan ungkapan terimakasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Asep Saefurahman, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Budiono, M.Sc dan Bapak Yusuf Suhardi, M.Si, MM selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc. selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
4. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
5. Segenap Dosen di Program Studi S-1 Manajemen STEI atas ilmu yang diberikan selama penulis menyelesaikan studi.
6. Ayah dan Mamah yang selalu memberikan kasih sayang dan juga dukungan berupa materil dan moril, semangat, serta do'a yang tiada hentinya kepada anaknya.
7. Adiku Muhamad Ilham yang selalu memberikan semangat, do'a dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
8. Segenap keluarga besar penulis yang selalu memberikan do'a dan dukungan kepada penulis.
9. Sahabatku Ria Indriani yang telah banyak membantu penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.

10. Teman seperjuangan Firda Khoirunisa, Apriliya Dewi, Mila Yusriani, Sendi Arief Prawira, Nurul Ihsan, Christianto Williater, Rizky Subagyo, yang telah memberikan banyak dorongan, motivasi, semangat, canda-tawa dan kegalauan bersama selama penulis menyelesaikan studi di STEI.
11. Teman-teman kelas A Reguler pagi S-1 Manajemen Angkatan 2016 yang tidak bisa disebutkan satu-persatu terimakasih telah memberikan dukungan satu sama lain, kebersamaan dan canda-tawa sampai akhirnya kita bisa lulus menyelesaikan studi dan meraih gelar Sarjana Manajemen.

Peneliti menyadari sepenuhnya dalam karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan atau kelemahan. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan karya ilmiah ini.

Jakarta, 08 Agustus 2020



Indria Mauldy  
NPK : 2116000072

# **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Indria Mauldy  
NPM : 21160000072  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, penyetujuan untuk memeberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-free Rigt) atas skripsi saya yang berjudul :

## **PENGARUH RETAILING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ( Studi Pada Alfamart Matraman Raya 3 Jakarta Timur)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesiaberhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikia pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 08 Agustus 2020

Yang menyatakan,



Indria Mauldy



Indria Mauldy 2116000072 Program Studi S-1 Manajemen	Dosen Pembimbing: Asep Saefurahman, SE., M.Si
<b>PENGARUH <i>RETAILING MIX</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN          (Studi pada Alfamart Matraman Raya 3 Jakarta Timur)</b>	
<p><b>ABSTRAK</b></p> <p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh retailing mix terhadap keputusan pembelian di Alfamart Matraman Raya 3 Jakarta Timur. Penelitian ini dilakukan di JL. Matraman Raya No.09, Jakarta Timur. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen yang datang ke Alfamart Matraman Raya 3, Jakarta Timur. Sampel penelitian ini sebanyak 100 responden yang dipilih dengan teknik <i>purposive sampling</i>. Metode pengumpulan data berupa kuesioner yang diukur dengan skala Likert. Penelitian ini menggunakan metode analisis koefisien determinasi, serta pengujian hipotesis secara parsial dan simultan.</p> <p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel keragaman produk secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian variabel promosi penjualan secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya variabel kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh namun signifikan terhadap keputusan pembelian, dan variabel lokasi secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Adapun secara simultan keragaman produk, promosi penjualan, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian.</p> <p>Kesimpulan dari penelitian ini menerangkan bahwa secara parsial maupun simultan antara variabel keragaman produk, promosi penjualan, kualitas pelayanan, dan lokasi memiliki pengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Alfamart Matraman Raya 3 Jakarta Timur.</p>	
<p><b><i>Kata Kunci : Keragaman Produk, Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan, lokasi, keputusan Pembelian.</i></b></p>	

Indria Mauldy 21160000072 Study Program S-1 Management	Supervisor: Asep Saefurahman, SE., M.Si
<b>AFFECTING RETAILING MIX ON PURCHASING DECISION</b> <b>(Study of Alfamart Matraman Raya 3 East Jakarta)</b>	
<p><b>ABSTRACT</b></p> <p>The Purpose of this study was to determine the effect retailing mix on purchasing decision the research strategy used is associative strategy using path analysis. The sample size determined by 100 respondents with purposive sampling technique. Data collection method in the form of questionnaire measured by a Likert scale. This research uses partial and multiple correlation coefficient analysis methods, as well as hypothesis testing partially and simultaneously.</p> <p>The results of this study indicate that the product diversity variable partially has no and insignificant effect on purchasing decisions. Then the sales promotion variable partially and significantly influences purchasing decisions. Furthermore, service quality variables partially have no effect however significant on buyer decisions, and location variables partially have no and insignificant effect on purchasing decisions. Simultaneously, product diversity, sales promotion, service quality, and location have a significant and significant effect on purchasing decisions.</p> <p>The conclusion of this study explains that partially or simultaneously between the variables of product diversity, sales promotion, service quality, and location choose and significant influence on purchasing decisions at Alfamart Matraman Raya 3 East Jakarta.</p>	
<p><b><i>Keyword: Product Diversity, Sales Promotion, Quality Service, Location, Purchase Decision.</i></b></p>	

# DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI -----	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING -----	ii
HALAMAN PENGESAHAN -----	iii
KATA PENGANTAR -----	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS -----	vi
ABSTRAK -----	vii
ABSTRACT -----	viii
DAFTAR ISI -----	ix
DAFTAR TABEL -----	xi
DAFTAR GAMBAR -----	xii
DAFTAR LAMPIRAN -----	xiii
BAB I PENDAHULUAN -----	1
1.1. Latar Belakang Masalah -----	1
1.2. Perumusan Masalah -----	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA -----	7
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu -----	7
2.2. Landasan Teori -----	10
2.2.1. Penjualan ritel -----	10
2.2.2. Bauran eceran (Retailing mix) -----	13
2.2.3. Keragaman produk -----	14
2.2.4. Promosi Penjualan -----	15
2.2.5. Kualitas pelayanan -----	18
2.2.6. Lokasi -----	20
2.2.7. Keputusan pembelian -----	21
2.3. Hubungan antar variabel penelitian -----	22
2.3.1. Pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian -----	22
2.3.2. Pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian -----	23
2.3.3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian -----	23
2.3.4. Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian -----	23
2.4. Pengembangan Hipotesis -----	24

2.5 Kerangka Konseptual -----	24
BAB III-----	26
METODE PENELITIAN-----	26
3.1. Strategi Penelitian -----	26
3.2. Populasi dan Sampel -----	26
3.2.1. Populasi penelitian -----	26
3.2.2. Sampel penelitian -----	27
3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data-----	27
3.4. Operasionalisasi Variabel -----	28
3.5. Metoda Analisis Data -----	35
BAB IV-----	39
HASIL & PEMBAHASAN -----	39
4.1 Deskripsi Objek Penelitian-----	39
4.2 Deskripsi Responden -----	40
4.3 Deskripsi Data -----	43
4.3.1. Analisis Keragaman Produk ( $X_1$ ) -----	43
4.3.2. Analisis Promosi Penjualan ( $X_2$ )-----	44
4.3.3. Analisis Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) -----	45
4.3.4. Analisis Lokasi ( $X_4$ ) -----	45
4.3.5. Analisis Keputusan Pembelian ( $Y$ ) -----	46
4.4.1. Uji Validitas-----	47
4.4.2. Uji Reliabilitas-----	51
4.5 Analisis Statistik Data -----	53
4.5.1 Analisis Koefisien Determinasi (KD)-----	53
4.5.2 Pengujian Hipotesis-----	57
4.6 Temuan Hasil Penelitian -----	61
BAB V-----	63
5.1 Simpulan-----	63
5.2 Saran -----	64
5.3 keterbatasan penelitian -----	65
DAFTAR REFERENSI-----	66

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.2. Data Pertumbuhan Industri Ritel Modern Indonesia periode 2015-2019	2
Tabel 3. 2. Pemberian Skor untuk jawaban Kuesioner	28
Tabel 3. 3. Indikator keragaman produk	29
Tabel 3. 4. Indikator Promosi Penjualan	30
Tabel 3. 5. Indikator kualitas pelayanan	32
Tabel 3. 6. Indikator lokasi	33
Tabel 3. 7. Indikator Keputusan Pembelian	34
Tabel 4. 1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4. 2. Data Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan lamanya menjadi pelanggan Alfamart Matraman Raya 3 Jakarta Timur	41
Tabel 4.4. Data Responden Berdasarkan Pendidikan	42
Tabel 4. 5. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4.6. Validitas instrumen per butir untuk keragaman produk ( $X_1$ )	47
Tabel 4.7. Validitas instrumen per butir untuk promosi penjualan ( $X_2$ )	48
Tabel 4.8. Validitas instrumen per butir untuk kualitas pelayanan ( $X_3$ )	49
Tabel 4.9. Validitas instrumen per butir untuk lokasi ( $X_4$ )	50
Tabel 4.10. Validitas instrumen per butir keputusan pembelian ( $Y$ )	50
Tabel 4.11. Hasil Uji Realibilitas ( $X_1$ )	51
Tabel 4.12. Hasil Uji Realibilitas ( $X_2$ )	52
Tabel 4.13. Hasil Uji Realibilitas ( $X_3$ )	52
Tabel 4.14. Hasil Uji Realibilitas ( $X_4$ )	52
Tabel 4.15. Hasil Uji Realibilitas ( $Y$ )	53
Tabel 4. 16 Hasil Uji Realibilitas	53
Tabel 4.17. Koefisien determinasi keragaman produk terhadap keputusan pembelian	54
Tabel 4.18. Koefisien determinasi promosi penjualan terhadap keputusan pembelian	54
Tabel 4.19. Koefisien determinasi kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian	55
Tabel 4.20. Koefisien determinasi lokasi terhadap keputusan pembelian	55
Tabel 4.21. koefisien Determinasi Berganda Keragaman Produk, Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap keputusan pembelian	56
Tabel 4.22. Hasil Hipotesis Secara Parsial (uji t)	58
Tabel 4.23. Hasil Hipotesis secara parsial (Uji t)	60
Tabel 4.24. Hasil Hipotesis Secara Simultan	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual -----	25
Gambar 4. 1. Diagram skala likert variabel keragaman Produk -----	44
Gambar 4. 2. Diagram skala likert variabel Promosi Penjualan -----	44
Gambar 4.3. Diagram skala likert variabel kualitas pelayanan. -----	45
Gambar 4. 4 diagram skala liket variabel lokasi -----	46
Gambar 4. 5 diagram skala likert variabel keputusan pembelian. -----	47
Gambar 4. 6 Hasil Koefisien Determinasi Parsial dan Simultan-----	57

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian -----	69
Lampiran 2 Data Tabulasi Skor Variabel Keragaman Produk ( $X_1$ ) -----	76
Lampiran 3 Data Tabulasi Skor Variabel Promosi Penjualan ( $X_2$ ) -----	79
Lampiran 4 Data Tabulasi Skor Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) -----	82
Lampiran 5 Data Tabulasi Skor Variabel Lokasi ( $X_4$ )-----	85
Lampiran 6 Data Tabulasi Skor Keputusan Pembelian (Y) -----	88
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Variabel Keragaman Produk -----	91
Lampiran 8 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan-----	92
Lampiran 9 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan -----	93
Lampiran 10 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi-----	94
Lampiran 11 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian-----	95
Lampiran 12 Hasil Uji Reliabilitas Keragaman Produk-----	96
Lampiran 13 Hasil Uji Reliabilitas Promosi Penjualan -----	97
Lampiran 14 Hasil Uji Reliabilitas Kuallitas Pelayanan -----	98
Lampiran 15 Hasil Uji Reliabilitas Lokasi -----	99
Lampiran 16 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian-----	100
Lampiran 17 Hasil Uji Pengolahan Data dengan SPSS 24.0 untuk Keofisien Determinasi Parsial. -----	101
Lampiran 18 Hasil Uji Pengolahan Data dengan SPSS 24.0 untuk Keofisien Determinasi Berganda-----	103