

**ANALISIS PENGARUH BAURAN RITEL TERHADAP MINAT  
BELI KONSUMEN DI TOKO SEPATU PONDA PLASA  
SIMPANG LIMA SEMARANG**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar

Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang



Disusun Oleh :

Nama : Adrian Hartanto

Nim : 09.30.0077

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

**2013**

## **HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Adrian Hartanto  
NIM : 09.30.0077  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Judul : Analisis Pengaruh Bauran Ritel terhadap Minat Beli  
Konsumen di Toko Sepatu Ponda Plasa Simpang Lima  
Semarang  
DosenPembimbing : Dra. Retno Yustini W, M.Si,

Disetujui di Semarang, 19 Maret 2013

DosenPembimbing

(Dra. Retno Yustini W, M.Si,)

## **HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

### **SKRIPSI DENGAN JUDUL :**

**ANALISIS PENGARUH BAURAN RITEL TERHADAP MINAT BELI  
KONSUMEN di TOKO SEPATU PONDA PLASA SIMPANG LIMA**

**SEMARANG**

**Yang dipersiapkan dan disusun oleh :**

Nama : Adrian Hartanto  
NIM : 09.30.0077  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen

Telah dipertahankan di depan Pengaji pada hari / tanggal :Rabu,24 april 2013

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen

**Tim Pengaji,**

Pengaji 1

Pengaji 2

Pengaji 3

(DR.J.Wijanto Hadipuro, SE.MT)(MG.Westri Kekalih,SE M.E)(Dra.Retno Yustini W.MSi)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

(Prof. Vincent Didiek Wiet Aryanto., Ph. D)

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertandatangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

### **Analisis Pengaruh Bauran Ritel terhadap Minat beli Konsumen di Toko Sepatu Ponda Plasa Simpang Lima Semarang**

benar-benar merupakan karya saya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi, dan atau bentuk kecurangan-kecurangan lain, saya bersedia untuk menerima sanksi dalam bentuk apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Semarang , 19 Maret 2013

Yang menyatakan,

Adrian Hartanto

## **HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO :**

Berusaha, Berdoa, dan Berserah

Skripsi ini, penulis persembahkan untuk :

Tuhan Yesus

Orang tua, keluarga, pacar, serta teman-teman yang telah memberikan support dan membantu dalam pembuatan penelitian ini.



## **ABSTRAKSI**

Konsumen adalah bagian utama dalam perdagangan. Konsumen menginginkan tempat berbelanja yang aman, lokasi yang strategis, barang yang bermacam - macam, harga yang murah, dan tempat belanja yang nyaman.Para peritel mencoba bersaing dengan menciptakan strategi yang dinamakan bauran ritel. Bauran ritel terdiri dari Produk, Pelayanan, Suasana toko, Harga, Promosi dan Lokasi.

Di Semarang terdapat toko sepatu lokal yang cukup berkembang dan bertahan cukup lama dari tahun 1991 yaitu Toko Sepatu Ponda. Toko Sepatu Ponda di Plasa Simpang Lima Semarang mengalami penurunan penjualan. Dari latar belakang masalah tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : Analisis Pengaruh Bauran Ritel terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Sepatu Ponda Plasa Simpang Lima Semarang.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan membagikan kuesioner kepada responden. Setelah membagikan kuesioner, dilakukan uji validitas dan reliabilitas pada variabel-variabel bauran ritel. Setelah diketahui hasil yang valid dan reliabel dengan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka dilanjutkan dengan alat analisis statistik deskriptif untuk mengetahui profil konsumen Toko Sepatu Ponda Plasa Simpang Lima Semarang dan analisis regresi berganda untuk menguji hipotesis yang telah dibuat oleh peneliti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bauran Ritel memiliki pengaruh terhadap Minat Beli Konsumen. Ada 3 variabel Bauran Ritel yang memiliki pengaruh individual terhadap Minat Beli konsumen yaitu pelayanan, suasana toko dan harga, sedangkan 3 variabel lain yang tidak memiliki pengaruh individual terhadap Minat Beli konsumen yaitu produk, promosi dan lokasi. Variabel yang paling berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen yaitu harga. Suasana Toko tidak penting bagi konsumen dalam membeli sepatu terutama di Toko Sepatu Ponda Plasa Simpang Lima Semarang. Walau suasana tokonya kurang menarik, konsumen akan tetap datang membeli karena harganya menurut konsumen terjangkau.

Kata Kunci : *Retail mix. Consumer buying interest*

## **Abstract**

Consumer is the main part in the trade. Consumers want a safe place to shop, a strategic location, a variety of different types of goods, cheap prices, and convenient shopping. The retailers are trying to compete by creating the named retailing mix strategy. Retail mix consists of product, service, store atmosphere, price, promotion and location.

In Semarang there is a local shoe store that is developing and long lasting from year 1991, Ponda shoes store. Ponda shoe store at Plasa Simpang Lima Semarang is experiencing a decrease in sales. From the background of the problem, the author are interested in doing research with the title: Analysis of the Effect of Retail Mix on Consumer Interests at Ponda Shoe Store Plasa Semarang Simpang Lima.

The technique of collecting data in this research is by distributing questionnaires to respondents. After distributing questionnaires, tested the validity and reliability of the variables that exist in retail mix. After known valid and reliable results with count  $r > r$  table, then followed with a Descriptive statistical analysis tools to determine customer profiles Shoe Store PondaPlasa Semarang Simpang Lima and multiple linear regression analysis to test the hypotheses that have been made by researchers.

The results showed that the retail mix has an influence on consumer buying interest. There are 3 retail mix variables that have an impact on individual consumers purchasing the interest of service, store atmosphere and prices, while three other variables that do not have individual influence on Interests Buy consumer of product, promotion and location. The variables that most influence on Interests Buy consumer is price. Store atmosphere is not important for consumers to purchase shoes, especially in the Ponda Shoe Store Plasa Semarang Simpang Lima. Although the atmosphere of the store is less attractive, consumers will continue to come buy because the price is affordable by consumers.

**Keyword :** *Retailing mix. Consumer buying interest*

## KATA PENGANTAR

Penulis memanjatkan puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat yang dilimpahkanNya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini dengan baik dan tepat waktu.

Penulisan proposal penelitian ini disusun guna melengkapi sebagian syarat untuk memperoleh persetujuan untuk melanjutkan proses skripsi. Adapun judul penulisan skripsi ini adalah **“ANALISIS PENGARUH BAURAN RITEL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI TOKO SEPATU PONDA PLASA SIMPANG LIMA SEMARANG”**

Selesainya proposal skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah memberikan saran dan kritik kepada penulis. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Tuhan Yesus
2. Prof Vincent Didiek Wiet Aryanto, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi UNIKA Soegijapranata.
3. Ibu Eny Trimeningrum,SE.,M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen UNIKA Soegijapranata.
4. Ibu Dra. Retno Yustini W, M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang sudah membimbing penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
5. Orang tua dan keluarga penulis yang senantiasa memberikan perhatian, doa, dan semangat kepada penulis.
6. Pacar penulis yang selalu memberi dukungan dan memberi masukan dalam penulisan penelitian ini.
7. Para responden yang telah membantu mengisi kuesioner penelitian.
8. Serta semua teman penulis atas persahabatan yang terjalin selama penulis menyelesaikan studi dan yang telah memberikan berbagai dukungan dan bantuan, dan pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis memohon maaf sekiranya penyajian maupun pembahasan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, khususnya bidang manajemen pemasaran dan hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan dasar dalam penelitian-penelitian selanjutnya

Semarang, 19 Maret 2013

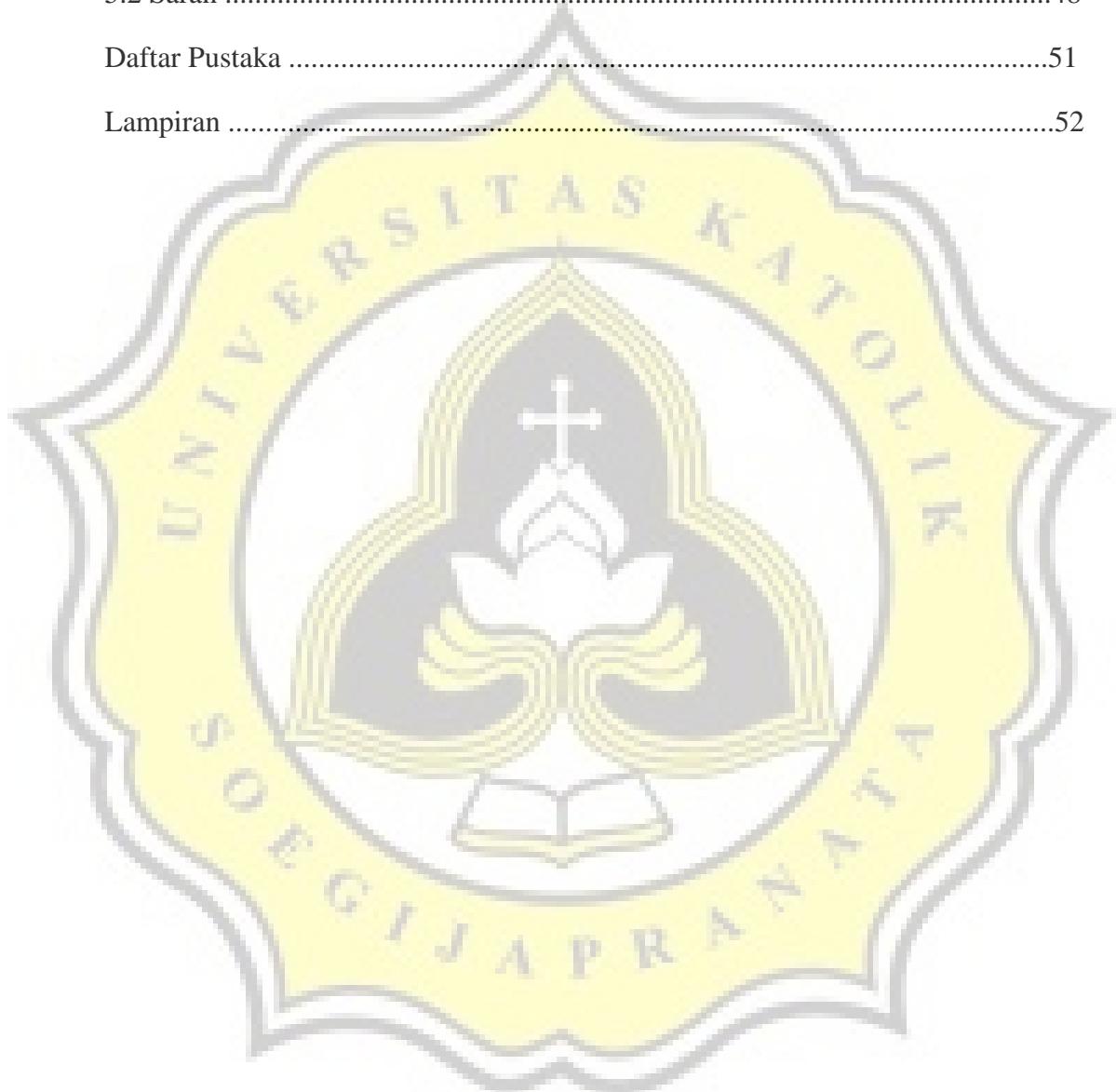
Penulis

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan .....	iii
Halaman pernyataan keaslian Skripsi.....	iv
Halaman Moto dan Persembahan.....	v
Abstraksi .....	vi
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Tabel .....	xii
Daftar Gambar .....	xiii
BAB I.Pendahuluan .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	8
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	8
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	9
BAB II. Landasan Teori.....	10
2.1 Ritel .....	10
2.2 Bauranritel .....	7
2.2.1 Produk .....	11
2.2.2 Pelayanan.....	12
2.2.3 Suasana .....	13
2.2.4 Harga .....	15
2.2.5 Promosi .....	16
2.2.6 Lokasi .....	16
2.3 Minat Beli Konsumen .....	18

2.4 Penelitian Terdahulu .....	18
2.5 Kerangka Pemikiran .....	20
2.6 Hipotesis .....	21
2.7 Definisi Operasional Variabel .....	21
BAB III. Metode Penelitian .....	26
3.1 PopulasidanLokasiPenelitian .....	26
3.2 SampeldanTeknik Sampling .....	26
3.3 JenisPengumpulan Data .....	27
3.3.1 JenisdanSumber Data .....	27
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	27
3.4 InstrumenPengumpulanData .....	28
3.4.1 Uji Validitas .....	28
3.4.2 Uji Reliabilitas .....	30
3.5 AnalisisData .....	31
3.5.1 AlatAnalisis Data .....	31
3.5.2 PengujianHipotesis .....	32
BAB IV. Hasil dan Analisis .....	34
4.1 Gambaran Umum Responden .....	34
4.1.1 Komposisi Responden Menurut Usia dengan Jenis kelamin .....	35
4.1.2 Komposisi Responden Menurut Pekerjaan dengan Pengeluaran.....	35
4.1.3 Komposisi Responden Menurut Status dengan Pengeluaran .....	37
4.2 Hasil dan Analisis .....	38
4.2.1 Hasil Penilaian Responden .....	38
4.2.2 Pengujian Hipotesis .....	40
4.2.2.1 Uji Pengaruh Bauran Ritel secara Simultan (Uji F) .....	41

4.2.2.2 Uji Pengaruh Bauran Ritel secara parsial (Uji T) .....	43
BAB V. Kesimpulan dan Saran .....	46
5.1 Kesimpulan .....	46
5.2 Saran .....	48
Daftar Pustaka .....	51
Lampiran .....	52



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1

Data Penjualan Toko Ponda Plasa Simpang Lima Tahun 2012 .....2

Tabel 2.1

Rangkuman penelitian terdahulu .....19

Tabel 3.1

Hasil uji validitas .....29

Tabel 3.2

Hasil uji reliabilitas .....31

Tabel 4.1

Komposisi responden menurut jenis kelamin dan usia .....35

Tabel 4.2

Komposisi responden menurut pekerjaan dengan tingkat pengeluaran .....36

Tabel 4.3

Komposisi responden menurut status pernikahan dan tingkat pengeluaran.....37

Tabel 4.4

Hasil penilaian responden .....39

Tabel 4.5

Tabel Koefisien regresi .....41

Tabel 4.6

Tabel Anova (Uji F Simultan) .....42

Tabel 4.7

Tabel Koefisien regresi (uji T Parsial) .....47

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran ..... 20

