

ABSTRAK

**PENGARUH *RETAIL MIX* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN
(Survei Pada Konsumen Alfamart di Kecamatan Kemiling
Bandar Lampung)
Oleh
Assyifa Salsabila**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *retail mix* terhadap keputusan pembelian konsumen Alfamart Kemiling. Jenis penelitian yakni *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini ialah konsumen Alfamart. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* dengan sampel berjumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan menggunakan skala *likert*. Analisis data dengan menggunakan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS versi 25. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel lokasi, pelayanan pelanggan dan bauran pemasaran berpengaruh signifikan sedangkan variabel produk berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian konsumen. Sedangkan variabel harga, desain & tampilan toko berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci : *Retail Mix*, Keputusan Pembelian Konsumen

ABSTRACT

**THE EFFECT OF RETAIL MIX ON CONSUMER
PURCHASING DECISION**

**(Survey on Alfamart Customers in Kemiling
Bandar Lampung)**

By

Assyifa Salsabila

This research was aimed to find out the effect of retail mix on consumer purchasing decision on Alfamart Kemiling. The research applies the explanatory with quantitative approach. The population in this study were customer of Alfamart. The sampling technique in this study is non probability sampling with purposive sampling method with sample of 100 respondents. The data were obtained from questionnaire through likert scale. Data analysis using multiple linear regression with used SPSS version 25 program. The result of this study showed variable location, customer service and communication mix has significant effect but variable of product has negative effect on customer purchasing decision. Variable of pricing and store design & display has not significant effect on consumer purchasing decision.

Keyword : Retail Mix, Consumer Purchasing Decision.