

ABSTRAK

PENGARUH BAURAN RITEL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO RITEL ALFAMART

**(Studi Kasus Pada Konsumen Minimarket Alfamart Pulau Legundi Cabang
Kecamatan Sukarame Bandar Lampung)**

Oleh

Muhammad Syarif Hidayat

Persaingan di dunia bisnis ritel semakin ketat, menyebabkan semakin banyak pelaku bisnis ritel di Indonesia. Salah satu bisnis ritel yang tingkat persaingannya semakin ketat adalah dunia bisnis ritel minimarket, menyebabkan semakin banyak bermunculan minimarket di berbagai pelosok daerah di Indonesia. Hal tersebut harus dihadapi oleh para pelaku bisnis ritel dengan strategi pemasaran yang tepat.

Masalah yang dihadapi adalah Pada Tabel 1.1 terlihat bahwa omset penjualan Alfamart selalu berada di bawah Carrefour Express, dan Tabel 1.3 menunjukkan penjualan Alfamart mengalami fluktuasi sejak tahun 2012 sampai dengan 2014. Pada Tabel 1.2 menunjukkan pangsa pasar ritel yang ada di Lampung, bahwa Alfamart berada di urutan kedua yaitu di bawah Indomart pada tingkat pangsa pasar di wilayah Lampung, yaitu dengan tingkat pangsa pasar sebesar 29,42 %. Permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah bauran ritel berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Alfamart Pulau Legundi Cabang Kecamatan

Muhammad Syarif Hidayat

Sukarame Bandar Lampung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari bauran ritel terhadap keputusan pembelian di Alfamart Pulau Legundi.

Hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah bauran ritel berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Alfamart Pulau Legundi. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan metode *nonprobability sampling*, sampel yang digunakan adalah konsumen Alfamart Pulau Legundi dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* berdasarkan kriteria sampel yang telah disesuaikan dengan penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh sub variabel pada variabel bauran ritel memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Alfamart Pulau Legundi. Variabel dengan pengaruh terbesar adalah lokasi (X4) dengan nilai koefisien sebesar 23,7 %. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan *nilai R²* sebesar 0,843 hal ini berarti variabel bauran ritel berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 84,3%. Alfamart Pulau Legundi sebaiknya meningkatkan program diskon produk untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci : *nonprobability sampling, purposive sampling*, bauran ritel, keputusan pembelian