

PENGARUH BAURAN PEMASARAN RITEL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN PAMELLA 6 YOGYAKARTA

INNAHA NURAENI ROCHMAWATI

NPM : 141 110 300

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta

Innahanuraeni53@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan pada Pamella 6 yang berlokasi di Jl.Raya Candi Gebang, Condong Catur, Depok, Sleman, Yogyakarta, bertujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh secara bersama-sama komponen *Retail Mix* (*customer service, store design & display, communication mix, location, merchandise assortment, dan pricing*) terhadap keputusan pembelian. 2) pengaruh secara parsial dari komponen *Retail Mix* (*customer service, store design & display, communication mix, location, merchandise assortment, dan pricing*) terhadap keputusan pembelian. Responden yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yaitu konsumen Pamella 6 yang pernah berbelanja di toko ritel tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner sebagai instrument utama, dan kuesioner menggunakan skala Likert untuk mengukur jawaban responden. Alat analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh *Retail Mix* terhadap Keputusan Pembelian adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan *IBM SPSS Statistic for Windows Release 21*. Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa: 1) ada pengaruh secara bersama-sama dari komponen *retail mix* (*customer service, store design & display, communication mix, location, merchandise assortment, dan pricing*) terhadap keputusan pembelian pada Konsumen Pamella 6 Yogyakarta. 2) ada pengaruh secara parsial dari komponen *retail mix* (*customer service, store design & display, communication mix, location, merchandise assortment, dan pricing*) terhadap keputusan pembelian pada Konsumen Pamella 6 Yogyakarta.

Kata kunci : bauran pemasaran ritel, layanan pelanggan, desain dan display toko, bauran komunikasi, lokasi, persediaan barang, keputusan pembelian.