

ABSTRAKSI

Lini Rizki Intani, Nomor Induk Mahasiswa 152080042, Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul penelitian Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Keputusan Pembelian studi pada Pamella 1 Supermarket Yogyakarta. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh lokasi, *merchandise*, harga, promosi, atmosfer dan ritel servis secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian pada Pamella 1 Supermarket.

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui adakah pengaruh lokasi, *merchandise*, harga, promosi, atmosfer dan ritel servis secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian pada Pamella 1 Supermarket. Hipotesis penelitian ini adalah ada pengaruh lokasi, *merchandise*, harga, promosi, atmosfer dan ritel servis secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian pada Pamella 1 Supermarket.

Tipe penelitian ini adalah *explanatory research* yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Pamella 1 Supermarket dengan menggunakan sampel 70 responden. Teknik pengumpulan data secara primer dengan menyebarkan kuisioner yaitu memberikan daftar yang berisi pertanyaan kepada responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Penelitian ini menggunakan alat analisis Linier Berganda

Hasil penelitian ini adalah terdapat pengaruh signifikan antara lokasi, *merchandise*, harga, promosi, atmosfer, dan *ritel service* secara simultan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Pamella I Supermarket Yogyakarta. Secara parsial dapat disimpulkan bahwa lokasi, *merchandise*, harga dan atmosfer berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan promosi dan ritel servis secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Pamella Supermarket Yogyakarta

Nilai koefisien determinasi ($\text{adjusted } R^2$) sebesar 0,559 yang menunjukkan bahwa sebesar 55,9% keputusan pembelian pada konsumen Pamella 1 Supermarket dapat dijelaskan oleh keenam variabel (lokasi, *merchandise*, harga, promosi, atmosfer dan ritel servis) dan sisanya 44,1% keputusan pembelian dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Saran bagi peningkatan keputusan pembelian pada konsumen Pamella I Supermarket Yogyakarta Sebaiknya pemilik toko memperhatikan kondisi parkir bagi konsumen, dikarenakan dalam penelitian ini konsumen menyatakan bahwa sarana parkir yang dimiliki oleh toko dirasakan sempit atau kurang luas, sehingga perlunya penambahan area parkir atau penataan lokasi parkir yang menjadikan parkir menjadi luas perlu dilakukan oleh pemilik toko. Pemilihan lokasi toko yang dekat dengan pelanggan sangat diperlukan, dikarenakan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggan sangat menginginkan lokasi belanja yang dekat dengan tempat tinggalnya, sehingga tidak memerlukan waktu lama dan jarak tempuh yang jauh jika berbelanja.