ANALISIS PENGARUH *MERCHANDISE*, ATMOSFIR DALAM GERAI, DAN PELAYANAN RITEL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi kasus Pada Toserba Sogol Jaya Abadi Kec.Purwoasri).

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
Pada Program Studi Manajemen

OLEH:
SEPTIAN ANDINI
NPM: 11.1.02.02.0083

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2015

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh:

SEPTIAN ANDINI

NPM: 11.1.02.02.0083

Judul:

ANALISIS PENGARUH *MERCHANDISE*, ATMOSFIR DALAM GERAI, DAN PELAYANAN RITEL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Toserba Sogol Jaya Abadi Kec.Purwoasri).

Telah disetujui untuk diajukan Kepada

Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen

F.E UNP Kediri

Tanggal : 04 November 2015

Pembimbing I

Dr. H. SAMARI,S.E., M.M,

NIDN. 0712026201

Pembimbing II

Amat Pintu Batu,S.E.,M.M.

NIDN: 072507560

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh:

SEPTIAN ANDINI

NPM: 11.1.02.02.0083

Judul:

ANALISIS PENGARUH *MERCHANDISE*, ATMOSFIR DALAM GERAI, DAN PELAYANAN RITEL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi kasus Pada Toserba Sogol Jaya Abadi Kec.Purwoasri).

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Pada Program Studi MANAJEMEN FE UNP Kediri

pada tanggal: 04 Januari 2016

dan Dinyatakan Telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr.H. Samari,S.E.,M.M.
2. Penguji I : Dr.Sri Aliami
3. Penguji II : Amat Pintu Batu,S.E.,M.M.

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Subagyo, M. M
NIDN. 071706660

ANALISIS PENGARUH *MERCHANDISE*, ATMOSFIR DALAM GERAI, DAN PELAYANAN RITEL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi kasus Pada Toserba Sogol Jaya Abadi Kec.Purwoasri).

Septian Andini
11.1.02.02.0083
Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen
Ddialara126@gmail.com
Dr.H.Samari,S.E.,M.M.dan Amat Pintu Batu,S.E,.M.M.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh keberadaan bisnis eceran ditengah-tengah masyarakat menjadi semakin penting Hal ini disebabkan oleh adanya perubahan dalam pola berbelanja masyarakat yang semakin selektif dan juga karena adanya perubahan cara pandang konsumen terhadap bisnis ritel itu sendiri. Bisnis ritel yang secara tradisional dipandang sebatas penyedia barang telah berkembang menjadi tidak sekedar tempat berbelanja tetapi juga tempat bersosialisasi. Permasalahan penelitian ini adalah: (1) Adakah pengaruh *merchandise* secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Toserba Sogol Jaya Abadi Kec.Purwoasri Kab. Kediri? (2) Adakah pengaruh atmosfir dalam gerai secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Toserba Sogol Jaya Abadi Kec.Purwoasri Kab. Kediri? (3) Adakah pengaruh pelayanan ritel secara parsial terhadap keputusan pembelian Toserba Sogol Jaya Abadi Kec.Purwoasri Kab. Kediri? (4) Adakah pengaruh *merchandise*, armosfir dalam gerai dan pelayanan ritel secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Toserba Sogol Jaya Abadi Kec.Purwoasri Kab. Kediri?
Penelitian ini bertujuan untuk dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi industri ritel khususnya Toserba Sogol Jaya Abadi Kec.Purwoasri Kab. Kediri dalam mengembangkan strategi pemasaran ritel dalam upaya mendorong keputusan pembelian konsumen. Kesimpulan hasil penelitian ini, adalah : (1) Nilai sig. 0,001<0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya bahwa variabel merchandise berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (2) Nilai sig. 0,03<0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya bahwa variabel atmosfir dalam gerai berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (3) Nilai sig. 0,007<0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya bahwa variabel pelayanan ritel berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Variabel merchandise (X_1), atmosfir dalam gerai (X_2) dan pelayanan ritel (X_3), Secara Simultan Berpengaruh Signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Kata kunci: merchandise, atmosfir dalam gerai, pelayanan ritel terhadap keputusan pembelian.

I. LATAR BELAKANG

Seiring perkembangan zaman keberadaan bisnis eceran ditengah-tengah masyarakat menjadi semakin penting. Hal ini disebabkan oleh adanya perubahan dalam pola berbelanja masyarakat yang semakin selektif dan juga karena adanya perubahan cara pandang konsumen terhadap bisnis ritel itu sendiri. Bisnis ritel yang secara tradisional dipandang sebatas penyedia barang telah berkembang menjadi tidak sekedar tempat berbelanja tetapi juga tempat bersosialisasi. Sebagai konsekuensinya bisnis ritel yang semula dikelola secara tradisional berubah menjadi bisnis yang semakin inovatif, dinamis, dan kompetitif (Suhartanto dan Nuralia, 2001:27). Perubahan gaya hidup inilah yang melatarbelakangi kehadiran dalam dan pengembangan sebuah bisnis pasar toserba.

Pasar swalayan adalah sebuah toko yang relatif besar dan menganut operasi swalayan, volume barang yang besar, laba sedikit, biaya rendah serta dirancang untuk melayani semua kebutuhan konsumen seperti makanan, produk peralatan rumah tangga, produk kebutuhan sehari-hari dan lain-lain (Kotler 2005:201). Toko serba ada atau toserba adalah suatu bentuk toko swalayan yang menjual barang dagangan eceran. Pada umumnya menjual barang kebutuhan pria, wanita, remaja, anak, dan alat-alat rumah tangga. Dalam bisnis swalayan persaingan timbul karena jenis dan macam barang yang dijual antara swalayan yang satu dengan swalayan yang lain tidak jauh berbeda. Swalayan saat ini sudah tidak dapat dipisahkan lagi dari kehidupan pelanggannya dan menjadi bagian penting dari proses kehidupan sehari-hari pelanggan, akan tetapi situasi yang berkembang dimana terjadi begitu banyak pergeseran juga menyebabkan pelanggan bersikap selektif terhadap swalayan.

Saat ini konsep berbelanja tidak hanya sekedar membeli barang yang dibutuhkan saja dimana kebutuhan, kualitas dan harga menjadi penentu utama pilihan. Di dalam konsep berbelanja banyak variabel yang menyertainya yang dahulu kurang begitu disoroti. Diantara banyak variabel tersebut adalah kelengkapan *merchandise* yang ditawarkan di dalamnya, suasana interior toko swalayan yang lazim disebut " *Store Atmosphere* " dan pelayanan para karyawan kepada konsumen. Merchandise adalah salah satu dari unsur bauran pemasaran ritel *(retail marketing mix)* yaitu product Menurut Ma'ruf(2006:135). Produk yang dibeli oleh peritel untuk dijual kembali merupakan penerjemahan dari *positioning* yang dipilih oleh peritel itu (karena itu awal memulai bisnis). *Merchandise* yang akan dijual penting dipilih dengan benar karena merchandise adalah "mesin sukses" bagi pengecer. Dari pendapat tersebut bahwa lengkapnya merchandise yang ditawarkan dalam retail toko swalayan sangat mempengaruhi keputusan beli konsumen. Hal lain yang penting yang dapat mempengaruhi keputusan beli konsumen adalah suasana toko. Suasana toko adalah dalam arti atmosfer dan ambience yang tercipta dari gabungan unsur-unsur desain toko/gerai, perencanaan toko, komunikasi visual, dan merchandising menurut Ma'ruf(2006:201).

II. METODE

Definisi Operasional Variabel

Empat variable tersebut diatas yaitu merchandise,atmosfer dalam gerai,pelayanan ritel dan keputusan pembelian perlu didefinisikan secara operasional agar tidak diinterpretasikan berbeda-beda. Berikut adalah definisi operasional dimaksud :

a. Merchandise (X_1)

Merchandise adalah keseluruhan jenis produk yang diperjualbelikan dalam gerai di Toserba Sogol Jaya Abadi Kec.Purwoasri Kab. Kediri. Variabel ini diukur dengan indikator sebagai berikut :

1. Inovasi adalah Kebaruan produk
2. Letak produk berada adalah posisi produk yang mudah dilihat oleh konsumen
3. Kecenderungan produk mengikuti selera pembeli adalah sikap antisipasi atas perubahan fitur produk

b. Atmosfir dalam gerai (X_2)

Atmosfir dalam gerai adalah suasana dalam gerai Toserba Sogol jaya Abadi yang dirasakan konsumen saat berbelanja. Variabel ini diukur dengan indikator sebagai berikut :

1. Atmosfir eksterior (luar toserba) adalah ciri khas perusahaan
2. Penataan interior adalah penataan ruangan dalam gerai
3. Tata letak gerai adalah pengaturan bagian dalam gerai agar lebih menarik

c. Pelayanan ritel

Pelayanan ritel adalah pelayanan yang diterima oleh para pembeli Toserba Sogol Jaya Abadi Kec.Purwoasri Kab.Kediri.

Variabel ini diukur dengan indikator sebagai berikut :

1. Pelayanan terhadap pelanggan adalah layanan yang diberikan oleh pemilik Toserba Sogol Jaya Abadi
2. Tempat belanja yang nyaman adalah suasana yang di buat rapi oleh pemilik Toserba Sogol Jaya Abadi
3. Penyediaan fasilitas yang baik adalah pelayanan yang dibutuhkan oleh para konsumen

d. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan Pembelian merupakan suatu kegiatan para pembeli di Toserba Sogol Jaya Abadi Kec.Purwoasri Kab.Kediri yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

Variabel ini diukur dengan indikator sebagai berikut :

1. Kebutuhan dan keinginan suatu adalah segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen
2. Pertimbangan dalam membeli adalah proses ketika sebelum melakukan pembelian
3. Keyakinan adalah pemikiran yang mempengaruhi tingkah laku membeli

Teknik dan Pendekatan Penelitian

1. Teknik Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu korelasi. Penelitian dengan korelasional ini merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengukur tingkat kedekatan hubungan antar variabel-variabel (Reksoatmodjo, 2007:129). Teknik tersebut digunakan dengan tujuan mengetahui hubungan antara variable bebas, merchandise, atmosfir dalam gerai dan pelayanan ritel terhadap variable terikat, keputusan pembelian pada Toserba Sogol Jaya Abadi Kecamatan Purwoasri Kab. Kediri.

2. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian mempunyai peranan yang penting dalam suatu penelitian karena berhasil tidaknya pengujian suatu hipotesis sangat tergantung pada ketepatan dan ketelitian dalam menentukan metode yang digunakan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Kuantitatif adalah penelitian yang datanya dinyatakan dalam bentuk jumlah atau angka yang dapat dihitung secara sistematik dan di dalam penelitian dilakukan mengunakan rumus statistik (Arikunto, 2006:147).

Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat penelitian

Dalam penulisan skripsi ini penulis melakukan penelitian pada konsumen yang selesai berbelanja pada Toserba Sogol Jaya Abadi Ke. Purwoasri Kab. Kediri.

2. Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, waktu penelitian akan diuraikan berdasarkan pada rencana penggunaan waktu sesuai dengan batas waktu yang sudah ditentukan. Adapun waktu penelitian dilakukan antara bulan juni sampai dengan bulan oktober.

Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2011:119). Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian (Arikunto,2010:173). Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa populasi dari penelitian ini adalah keseluruhan pelanggan atau konsumen Toserba Sogol Jaya Abadi Kecamatan Purwoasri Kabupaten Kediri yang jumlahnya tidak terbatas atau tidak diketahui jumlahnya.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono,2011:120). Sampel merupakan wakil populasi yang diteliti (Arikunto,2010:174). Dari pendapat kedua ahli tersebut maka sebagai sampel penelitian diambil dari jumlah yang tidak terbatas tersebut. Untuk populasi yang infinite (tidak terbatas) penetapan jumlah sampel yang layak adalah antara 30 responden sampai dengan 500 responden,(Roscoe dalam Sugiyono,2011:90). Dari pendapat Roscoe, Peneliti menetapkan jumlah responden sebanyak 50 orang dengan alasan bahwa pengunjung toserba tidak semua mampu memberikan informasi yang dikehendaki. Sedangkan metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling dengan sampling incidental (Sampel Kebetulan). Nonprobability sampling adalah tehnik pengambilan sample yang ditemukan atau ditentukan sendiri oleh peneliti atau menurut pakar. Sedangkan Incidental sampling adalah tehnik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai narasumber (Sugiyono,2011:85).

Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

1. Instrumen Penelitian

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, da persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomenasosia Menurut Sugiyono (2008 : 132) . Untuk mengetahui jawaban responden pada penelitian ini, menggunakan instrument penelitian berupa kuesioner. Setiap kuesoiner

a. Jawaban Sangat Setuju diberi bobot 5
b. Jawaban Setuju diberi bobot 4
c. Jawaban Netral diberi bobot 3
d. Jawaban Tidak Setuju diberi bobot 2
e. Jawaban Sangat TidakSetuju diberi bobot 1

2. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang telah disiapkan untuk diisi oleh para responden dan untuk selanjutnya diolah.

Uji Instrumen

Agar suatu data yang di kumpulkan dapat menghasilakan data yang bermanfaat bagi penelitian ini, maka harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat di jadikan dasar pengambilan keputusan.

1. Uji Validitas

   Menurut Ghozali (2005), mengatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya satu kuesioner. Tingkat validitas dapat diukur dengan cara membandingkan nilai hitung r (correlation item total correlation) dengan nilai *table r* dengan ketentuan untuk degree of freedom (df) =n-k, dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variable independen. Kriteria penilaian uji validitas adalah :

   rhitung> rtabel, maka pernyataan tersebut valid

   rhitung< rtabel, maka pernyataan tersebut tidak valid

2. Uji Reliabilitas

   Hasil pengukuran dapat dipercaya atau reliable hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan terhadap kelompok subyek yang sama, selama aspek yang diukur dalam dari subjek memang belum berubah. Uji reliabilitas penelitian ini menggunakan program SPSS 19. Kuesioner dikatakan reliable apabila hasil uji statistik α a > 0,60 (Ghozali, 2002).

3. Uji Asumsi Klasik

   Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang dipergunakan dalam penelitian. Hal tersebut untuk memperoleh model analisis yang tepat. Model analisis regresi ini mensyaratkan uji asumsi terhadap data.

   a. Uji Normalitas data

      Uji normalitas bertujuan untuk menguji salah satu asumsi dasar analisis regresi berganda, yaitu variable-variabel independen dan depeden harus berdistriibusi normal atau mendekati normal (Ghozali, 2007). Untuk melihat normalitas residual dilakukan dengan melihat histogram maupun *normal probalbility plot.*

   b. Uji Asumsi Multikolinieritas

      Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas (independen). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolineritas di dalam regresi dapat dilihat dari tolerance dan Variance Inflaction Factor (VIF), jika nilai tolerance <0,10 atau nilai VIF>10 berarti terdapat multikolineritas.

   c. Uji asumsi Heteroskedastisitas

      Uji heroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Deteksi ada tidaknya problem heteroskedasitisitas (Ghozali, 2005). Dasar pengambilan keputusan:

1.jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.

2. jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Model regresi adalah model yang digunakan untuk menganalisis pengaruh dari berbagai variable independen terhadap satu variable dependen (Ferdinand, 2006). untuk memeperkirakan/meramalkan nilai variabel Y, akan lebih baik kita ikut memperhitungkan variabel-variabel lain yang ikut mempengaruhi Y. Dengan demikian kita mempunyai hubungan antara satu variabel tidak bebas (dependent variable) Y dengan beberapa variabel lain yang bebas (independent variable) X1, X2,....,Xk (Supranto, 2009). Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Y	= Keputusan pembelian
X1	= Merchandise
X2	= Atmosfer dalam gerai
X3	= Pelayanan ritel
A	= Konstanta
b1,....,b5	= Koefisien regresi
e	= Error

5. Uji Godness of Fit

Ketepatan fungsi regraktual dapat dinilaiesi dalam menaksir nilai dengan goodness of fitnya.

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model (Merchandise, Atmosfer dalam gerai, Pelayanan ritel) dalam menerangkan variasi variabel dependen/tidak bebas (Keputusan pembelian). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai R2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen (bebas) dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variable dependen.

b. Uji Statistik F

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara bersama-sama variabel independen, yaitu variabel bebas (merchandise, promosi, atmosfer dalam gerai, pelayanan ritel, harga)terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).

c. Uji Statistik T

Uji t dilakukan untuk menunjukan apakah variabel-variabel bebas (independent variables) berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat (dependent variabel) (Ghozali, 2005).

III. HASIL DAN KESIMPULAN

Gambaran Umum Toserba Sogol Jaya Abadi Kec. Purwoasri

Toserba Sogol Jaya Abadi beroperasi sejak tanggal 12 April 2011 atau kurang lebih selama empat tahun, terletak di RT 21 RW 06 Dsn. Tawang Ds. Tawang Kec. Purwoasri Kab. Kediri. Toserba ini dimiliki oleh Sugeng Santoso. Toserba Sogol Jaya Abadi menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari, seperti beras, minyak, gula, sabun. Penamaan Toserba Sogol Jaya Abadi diambil dari panggilan nama pemilik yang akrab dipanggil Sogol, sementara Jaya Abadi merupakan sebuah harapan dari pemilik, agar toserba miliknya selalu jaya, ramai dan membawa berkah selamanya bagi keluarga. Toserba Sogol Jaya Abadi dikelola oleh keluarga Sugeng Santoso dan dipimpin langsung oleh Sugeng Santoso dibantu oleh istri dan kedua anaknya. Jumlah karyawan pada penelitian ini sebanyak 3 orang.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Dari hasil uji alat ukur yang mengukur variabel penelitian, semua variabel penelitian dinyatakan valid dan reliable sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

Analisis Data

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui bahwa gambar *Normal Probability Plot* menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Fakta untuk membuktikan bahwa produk regresi memenuhi asumsi normalitas, karena data dari hasil jawaban responden tentang merchandise,atmosfir dalam gerai dan pelayanan ritel terhadap keputusan pembelian adalah menyebar diantara garis diagonal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas diketahui bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas. Hal ini dapat diartikan bahwa data dari hasil jawaban responden tentang merchandise,atmosfir dalam gerai terhadap keputusan pembelian. Tidak mempunyai standar deviasi atau penyimpangan data yang sama terhadap Keputusan Pembelian.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh merchandise,atmosfir dalam gerai,dan pelayanan ritel terhadap keputusan pembelian secara parsial maupun simultan. Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka persamaan regresi disusun sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = 6{,}596 + 0{,}351X_1 + 0{,}181\ X_2 + 0{,}222\ X_3}$$

Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Diketahui nilai *Adjust R Square* adalah sebesar 0,841**.** Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh merchandise, atmosfir dalam gerai dan pelayanan ritel terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 84%, berarti masih ada variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 16% akan tetapi variabel tersebut tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan teknik statistic uji F dan uji t. Dari hasil uji tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel merchandise,atmosfir dalam gerai dan pelayanan ritel terhadap keputusan pembelian. Dan memiliki pengaruh yang signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toserba Sogol Jaya Abadi.

Pembahasan

Secara umum penelitian ini memberikan hasil yang memuaskan. Hasil analisis deskriptif menunjukkan merchandise,atmosfir dalam gerai dan pelayanan ritel serta keputusan pembelian sudah sangat baik. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya tanggapan dari responden terhadap kondisi dari masing – masing variabel. Penelitian ini mendukung teori yang dikemukakan Kotler dan Amstrong (2008:115), yang menyatakan bahwa untuk meningkatkan keputusan pembelian seorang konsumen perlu dilakukan penciptaan merchandise,atmosfir dalam gerai dan pelayanan ritel terhadap keputusan pembelian. terhadap merek agar mampu tetap diingat oleh konsumen sehingga konsumen tidak akan berpaling kepada produk lain.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Merchandise berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Toserba Sogol Jaya Abadi Kec. Purwoasri.
2. Atmosfir dalam gerai berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Toserba Sogol Jaya Abadi Kec. Purwoasri.
3. Pelayanan ritel berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Toserba Sogol Jaya Abadi Kec. Purwoasri.
4. Merchanise, atmosfir dalam gerai dan pelayanan ritel berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Toserba Sogol Jaya Abadi Kec. Purwoasri.

Implikasi

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka implikasi yang dapat dilakukan oleh Toserba Sogol Jaya Abadi terkait dengan hasil penelitian ini adalah :

1. Implikasi teoritis
   a. Dapat dijadikan sebagai alat penambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran khususnya yang berkaitan dengan Merchandise, atmosfir dalam gerai dan pelayanan ritel.
   b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu proses pembelajaran serta pengaplikasian ilmu pengetahuan.
   c. Dapat dijadikan sebagai bahan referensi atas studi pustaka bagi kegiatan penelitian selanjutnya serta bahan ba 55 enarik.
2. Implikasi praktis.
   a. Memberikan sumbangan pemikiran bagi Toserba Sogol Jaya Abadi Kec. Purwoasri dalam upaya merumuskan berbagai kebijakan yang berhubungan dengan merchandise, atmosfir dalam gerai, pelayan ritel dalam meningkatkan keputusan pembelian.
   b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pemilik Toserba Sogol Jaya Abadi Kec. Purwoasri tentang pengaruh merchandise, atmosfir dalam gerai, pelayan ritel dalam meningkatkan keputusan pembelian.

Saran

Dari kesimpulan atas hasil penelitian di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Toserba Sogol Jaya Abadi Kec. Purwoasri harus terus meningkatkan factor merchandise, atmosfir dalam ferai, pelayanan ritel, dan terutama keputusan pembelian, karena dalam penelitian ini pelayanan ritel memiliki pengaruh yang rendah dalam keputusan pembelian.
2. Untuk konsumen Toserba Sogol Jaya Abadi Kec. Purwoasri hendaknya memberikan penilaian pelayanan dengan menulis saran pada tempat yang disediakan.
3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengkaji lebih dalam tentang merchandise, atmosfir daam gerai, dan pelyanan ritel yang ada pada penelitian ini berpengaruh terhadap kebutusan

pembelian pada Toserba Sogol Jaya Abadi Kec. Purwoasri agar diperoleh gambaran yang ebih lengkap lagi sehingga hasil penelitian yang akan datang lebih sempurna dari penelitian ini.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Augusty, Ferdinand. 2006. Metode Penelitian Manajemen. Disertasi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Arikunto, Suharsimi. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Cetakan Ketiga Belas. Jakarta : PT. Rineka Cipta.

Dr.sopiah dan Syihabudhin. 2008. Manajemen bisnis ritel. Andi Offset,Yogyakarta.

Ghozali. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss, Edisi Ketiga. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Henry, Ma'ruf. 2005. Pemasaran Ritel. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

J, Supranto. 2009. Statistik Teori dan Aplikasi, Edisi Ketujuh Jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, Phillip.1999. Manajemen Pemasaran di Indonesia.Edisi 1. Jakarta: Salemba Empat.

Kotler, Phillip. 2005. Analisis, Perencanaan,Implementasi dan Kontrol Edisi 9, Jilid 1 . Jakarta: Prehallindo.

Ma'ruf , Henry. 2006. Pemasaran Ritel, Edisi 2, Gramedia Pustaka utama. Jakarta.

Reksoatmodjo, T.N. 2007. Statistika Untuk Psikologi dan Pendidikan. Bandung: PT. Refika Aditama.

Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: CV. ALFABETA.

Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif. Bandung: CV. ALFABETA.

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: CV. ALFABETA

Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif. Bandung: CV. ALFABETA.

Suhartanto, D dan Nuralia, A. 2001. Citra Supermarket. Pengaruh Terhdap perilaku Konsumen: Jurnal Kajian Bisnis no. 23/ mei-agustus.