

**PENGARUH PERSEPSI *RETAILING MIX* TERHADAP
KETERTARIKAN BERBELANJA PADA TOSERBA SABAR
SUBUR CITRA RAYA TANGERANG**

SKRIPSI

Nama : Agus Kristanto
NIM : 43107120123



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2012

**PENGARUH PERSEPSI *RETAILING MIX* TERHADAP
KETERTARIKAN BERBELANJA PADA TOSERBA SABAR
SUBUR CITRA RAYA TANGERANG**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen – Strata 1**

Nama : Agus Kristanto
NIM : 43107120123



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2012**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Agus Kristanto

NIM : 43107120123

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 12 Agustus 2012



(Agus Kristanto)
NIM : 43107120123

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : AGUS KRISTANTO

NIM : 43107120123

Program Studi : Manajemen S1

Judul Skripsi : PENGARUH PERSEPSI RETAILING MIX TERHADAP
KETERTARIKAN BERBELANJA PADA TOSERBA SABAR SUBUR
CITRA RAYA TANGERANG

Tanggal Lulus Ujian : 20/9/2012

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi

(Endi Rekarti, SE., ME)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

(Dr. Wiwik Utami, Ak, M.Si)

Ketua Program Studi Manajemen – S1

(H. Arief Bowo Prayoga K, SE, MM.)

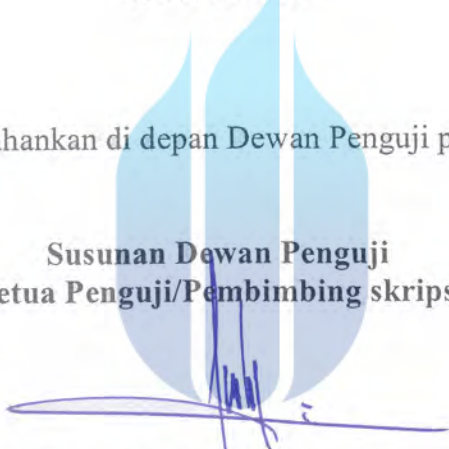
LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi
Pengaruh Persepsi Retailing Mix Terhadap Ketertarikan Berbelanja
Pada Toserba Sabar Subur Citra Raya Tangerang

Dipersiapkan dan Disusun oleh:
Agus Kristanto
43107120123

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 10-9-2012

Susunan Dewan Penguji
Ketua Penguji/Pembimbing skripsi



(Endi Rekanti, SE., ME)

Anggota Dewan Penguji



(Luna Haningsih, SE., ME)

Anggota Dewan Penguji



(Tri Wahyone, SE., MM)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala petunjuk, kesehatan dan rahmat yang berlimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Adapun penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat di dalam memperoleh gelar Sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulisan skripsi ini rampung dengan bantuan berbagai pihak yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Karenanya, penulis secara khusus mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Arisetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Yenon Orsa, Ir. MT, selaku Direktur Kelas Karyawan Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Wiwik Utami, Ak, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak H. Arief Bowo Prayoga K, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Strata 1 Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Endi Rekarti, SE, ME, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.

6. Seluruh Dosen dan Staf Universitas Mercu Buana yang telah memberikan pelayanan dalam studi dan dalam pembuatan skripsi ini.
7. Pihak Manajemen Toserba Sabar Subur Citra Raya Tangerang yang telah membantu dalam kelancaran penelitian ini.
8. Rekan-rekan seperjuangan MUMBA XII dan XI yang selalu memberi semangat belajar.
9. Teristimewa kepada Ayah dan Ibu tercinta, Isteri tercinta Acnes Prapti Handayani, dan Puteri tercinta Felicia Catherine Kristanto serta seluruh keluarga yang telah memberikan nasehat, dukungan dan doa restu kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Motivatorku *Marketing Team* PT Venus Tekindo. yang tak henti mengalirkan semangat yang luar biasa.
11. Teman-teman seperjuangan di kampus, yang telah memberikan kenangan manis, dukungan serta solidaritasnya kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
12. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas segala bantuan dan informasi yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan pahala dan balasan yang berlipat ganda atas amal dan budi baik semua pihak tersebut di

atas. Amin. Akhirnya, dari segala ketulusan hati semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 12 Agustus 2012

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
ABSTRAK.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Pengertian Pemasaran.....	9
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
2.3 Bauran Pemasaran.....	10
2.4 Pengertian Persepsi.....	12

2.5 Proses Pembentukan Persepsi.....	13
2.6 Retail dan bauran pemasaran (Retailing mix)	14
2.7 Jenis Retail.....	20
2.8 Ketertarikan Berbelanja.....	23
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1 Gambaran umum Perusahaan.....	26
3.2 Desain Penelitian.....	27
3.3 Variabel dan Skala Pengukuran.....	28
3.3.1 Definisi Operasional Variabel.....	29
3.4 Populasi dan Sampel.....	37
3.5 Tehnik Pengumpulan Data.....	38
3.6 Metode Analisis Data.....	39
3.6.1 Uji Validitas.....	39
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	40
3.7 Teknik Analisa Data.....	41
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	41
3.9 Uji Regresi Linear Berganda.....	42
3.10 Pengujian Koefisien Persamaan	
Regresi.....	43
3.10.1 Uji F (Uji Simultan)	42
3.10.2 Uji t (Uji Parsial)	45
3.11 Hipotesis)	46

BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Karakteristik Responden.....	48
4.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	48
4.1.2 Usia Responden.....	49
4.1.3 Pendidikan Terakhir Responden.....	50
4.1.4 Pekerjaan Responden.....	51
4.1.5 Pendapatan Per Bulan Responden.....	52
4.2 Analisis Persepsi Retailing Mix di Toserba Sabar Subur Citra Raya Tangerang.....	53
4.3 Analisis Ketertarikan Berbelanja di Toserba Sabar Subur Citra Raya Tangerang.....	74
4.4 Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	82
4.4.1 Uji Validitas.....	82
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	86
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	87
4.5.1 Uji Heterokedastisitas.....	87
4.6 Analisis Pengaruh Persepsi Retailing Mix Terhadap Ketertarikan Berbelanja	88
4.6.1 Persamaan Regresi Linier Berganda.....	88
4.6.2 Persamaan Regresi.....	89
4.6.3 Koefisien determinasi (R^2)	92

4.6.4 Pengujian Hipotesis.....	93
4.6.5 Uji t.....	97
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN.....	99
5.1 SIMPULAN.....	99
5.2 SARAN.....	100

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1	Skor jawaban dari pernyataan tentang persepsi retailing mix
	terhadap Ketertarikan berbelanja..... 29
Tabel 3.2	Operasional Variabel persepsi retailing mix..... 31
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden..... 48
Tabel 4.2	Usia Responden..... 49
Tabel 4.3	Pendidikan Terakhir Responden..... 50
Tabel 4.4	Pekerjaan Responden..... 51
Tabel 4.5	Pendapatan Per Bulan Responden..... 52
Tabel 4.6	Pernyataan Responden mengenai berbagai pilihan produk
	yang dibutuhkan Tersedia sangat lengkap di Toserba
	Sabar Subur..... 53
Tabel 4.7	Pernyataan responden mengenai Toserba Sabar Subur
	selalu menyediakan produk yang berkualitas..... 54

Tabel 4.8	Pernyataan responden mengenai persediaan barang di Toserba Sabar Subur sangat memadai sehingga saya tidak pernah mengalami kehabisan.....	55
Tabel 4.9	Pernyataan responden mengenai Toserba Sabar Subur memberikan harga yang terjangkau bagi saya.....	56
Tabel 4.10	Pernyataan responden mengenai harga yang ditetapkan Toserba Sabar Subur sangat sesuai dengan kualitas barangnya.....	57
Tabel 4.11	Pernyataan responden mengenai Toserba Sabar Subur memiliki lokasi yang terjangkau oleh sarana transportasi umum sehingga memudahkan saya dalam berbelanja.....	58
Tabel 4.12	Pernyataan responden mengenai Toserba Sabar Subur memiliki area parkir yang sangat luas sehingga saya dapat nyaman dalam berbelanja.....	59
Tabel 4.13	Pernyataan responden mengenai Toserba Sabar Subur memiliki kesatuan keamanan yang sangat memadai sehingga membuat saya aman dan nyaman dalam berbelanja.....	60

Tabel 4.14	Pernyataan responden mengenai saya berbelanja di Toserba Sabar Subur setelah membaca brosur dan iklan.....	61
Tabel 4.15	Pernyataan responden mengenai hadiah kupon belanja yang diberikan Toserba Sabar Subur sangat mendorong saya untuk menggunakannya.....	62
Tabel 4.16	Pernyataan responden mengenai Toserba Sabar Subur memberikan diskon yang menarik bagi pembeli.....	63
Tabel 4.17	Pernyataan responden mengenai bazaar yang diselenggarakan Toserba Sabar Subur sangat disenangi para pelanggan.....	64
Tabel 4.18	Pernyataan responden mengenai Toserba Sabar Subur selalu menjaga tata letak barang sehingga lebih mudah untuk ditemukan pembeli.....	65
Tabel 4.19	Pernyataan responden mengenai kemampuan pramuniaga dan staf Toserba Sabar Subur sangat professional dan terampil.....	66

Tabel 4.20	Pernyataan responden mengenai Toserba Sabar Subur menyediakan fasilitas tempat makan (food corner) yang nyaman dan bersih.....	67
Tabel 4.21	Pernyataan responden mengenai pelayan Toserba Sabar Subur Melayani pembelian saya dengan baik.....	68
Tabel 4.22	Pernyataan responden mengenai penjualan Toserba Sabar Subur Sangat menarik.....	69
Tabel 4.23	Rekapitulasi Pernyataan responden Variable Persepsi Retailing Mix.....	70
Tabel 4.24	Saya tertarik berbelanja di Toserba Sabar Subur karena tempat berbelanja sangat menyenangkan.....	75
Tabel 4.25	Saya berminat untuk selalu berbelanja di Toserba Sabar Subur dalam memenuhi segala kebutuhan saya.....	76
Tabel 4.26	Saya selalu memilih Toserba Sabar Subur untuk belanja yang lebih hemat dan menguntungkan.....	77
Tabel 4.27	Berbelanja ke Toserba Sabar Subur merupakan pilihan yang menarik untuk memperoleh barang dan bersenang – senang.....	78

Table 4.28	Tidak ada alasan seseorang untuk tidak tertarik dengan pelayanan yang ada di Toserba Sabar Subur.....	79
Tabel 4.29	Sebelum mencari barang ke tempat lain, saya selalu berupaya untuk mendapatkannya di Toserba Sabar Subur.....	80
Tabel 4.30	Rekapitulasi Pernyataan Responden Variabel Ketertarikan Berbelanja.....	81
Tabel 4.31	Uji Validitas terhadap Variabel X Persepsi <i>Retailing Mix</i>	84
Tabel 4.32	Uji Validitas terhadap Variabel Y Ketertarikan Berbelanja (Lanjutan).....	85
Tabel 4.33	Hasil Uji Reliabilitas Persepsi <i>Retailing Mix</i>	86
Tabel 4.34	Hasil Uji Reliabilitas Ketertarikan Berbelanja.....	89
Tabel 4.35	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	92
Tabel 4.36	Uji F / Serempak ANOVA ^b	93
Tabel 4.37	Persamaan Regresi Coefficients ^a	95

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 Grafik <i>scatterplot</i>	87
Gambar 4.2 Grafik uji hipotesis daerah penerimaan dan penolakan H_0 dengan $\alpha/2$ dan dua sisi.....	98

