

**PENGARUH BAURAN RITEL
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PAMELLA 1 SUPERMARKET YOGYAKARTA
SKRIPSI**



Disusun Oleh :

TRI YULIANA

11094768

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2013

Halaman Pengesahan

Skripsi dengan judul :

PENGARUH BAURAN RITEL
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PAMELLA 1 SUPERMARKET YOGYAKARTA

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

TRI YULIANA
11094768

dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi pada tanggal 14 MAY 2013

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. **Dra. Retno Purwani Andalas, MM**
(Ketua Tim)

2. **Petra Surya Mega Wijaya, SE, Msi**
(Dosen Penguji)

3. **Dra. Ety Istriani, MM**
(Dosen Penguji)

Yogyakarta,

Disahkan Oleh:

Dekan,



Dr. Singih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen,

Petra Surya Mega Wijaya, SE, M.Si

iii

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

"Pengaruh Bauran Ritel terhadap Kepuasan Pelanggan Pamella 1 Supermarket Yogyakarta"

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di perguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika kemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiat atau tiruan karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni penjabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta,



Tri Yuliana

11094768

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bagi mereka, karya kecilku ini ku persembahkan:

Gusti Yesus, Juru Wilujeng

Orang tuaku terkasih: Pak Slamet, Bu Djumiyem

My beloved sisters: Mbak Dwi, Mbak Tari

Para sahabatku: Liyonk, Felix, Jin Kiprit, Arga, Lek Kanopil, Om Cito

Teman sekaligus kakak terbaikku: Cris Woro

Almamaterku

HALAMAN MOTTO

*Bila kita ingin bahagia, buatlah tujuan yang bisa mengendalikan pikiran,
melepas tenaga, serta mengilhami harapan kita.*

(Andrew Carnegie)

*Berusahalah untuk tidak menjadi
manusia yang berhasil, tapi berusaha jadi manusia yang berguna*

(Albert Einstein)

A person who never made mistake, never tried everything new

(Anonim)

*Kita semua selalu dihadapkan pada ribuan kesempatan emas
yang tersamarkan dengan baik oleh kesulitan*

(Charles Swindoll)

I am not the best, but i will do my best

(Penulis)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, atas berkat dan segala karunia yang telah Dia berikan, maka penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul "**PENGARUH BAURAN RITEL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PAMELLA 1 SUPERMARKET**".

Penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menempuh gelar Strata Satu Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Selama penyusunan skripsi maupun dalam menempuh pendidikan, banyak pihak yang telah membantu baik secara materi maupun psikologis. Oleh sebab itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, yang telah memberikan segala berkat dan anugerah kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
2. Kedua orang tuaku Bapak Mujio Slamet dan Ibu Djumiyem yang tak pernah lelah menyertakan nama penulis dalam setiap doa mereka. Terima kasih atas dukungan, nasehat, cinta yang telah Bapak Ibu beri kepada penulis.
3. Kedua kakak perempuanku, Mbak Tari dan Mbak Dwi atas semua dukungan dan semangat yang telah diberikan.
4. Calon kakak iparku, Mas Bemby terima kasih atas pinjaman netbooknya selama penyusunan skripsi ini.
5. Keluarga besar Thomas Suradal Rumecko Pertomo
6. Bapak Dr. Singgih Santoso, M.M sebagai Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
7. Ibu Dra. Ety Istriani, MM selaku Dosen Pembimbing dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas bantuan dan pembelajaran yang telah ibu berikan kepada penulis.
8. Keluarga besar YAD, yang telah memberi penulis kesempatan untuk menempuh pendidikan di universitas.

9. Teman seperjuanganku: Liyonk, terima kasih untuk persahabatan dan persaudaraan yang telah terjalin di bangku kuliah ini. Terima kasih telah saling mendukung dan mendoakan.
10. Sahabat-sahabat koplak terbaikku: Felix, Jin Kiprit, Arga, Om Cito, Lek Kanopil terima kasih atas kegilaan dan dukungan kalian, pertahankan kegilaan, persahabatan dan mimpi-mimpi besar kita.
11. Teman sekaligus kakakku, Cris Woro terima kasih atas doa, nasehat, dan waktu-waktu terbaik yang pernah dibagi.
12. Keluarga Temanggung: Bapak Ibu Tumar, Simbah, Bayu, Reza, terima kasih atas keluarga baru ini.
13. Rekan-rekan pemuda Tlogowero Temanggung, terima kasih atas semangat dan persahabatan yang sudah tercipta.
14. Keluarga Palembang, Om Sunaryo dan Tante Paulina, terima kasih untuk doa yang diberikan.
15. Semua rekan-rekan Manajemen 2009
16. Semua pihak yang telah mendukung penulis dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Tiada gading yang tak retak, demikianlah penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun baik untuk penyempurnaan skripsi ini maupun untuk peneliti-peneliti selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Tuhan beserta kita.

Yogyakarta, Mei 2013

Penulis

Tri Yuliana

DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------------------|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGAJUAN..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI..... | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | v |
| HALAMAN MOTTO | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| ABSTRAKSI | xvi |
| BAB I : PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 LatarBelakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 4 |
| 1.3 Batasan Masalah..... | 4 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 7 |
| 1.5 Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.6 Sistematika Penulisan..... | 8 |
| BAB II : LANDASAN TEORI | 10 |
| 2.1 Ritel..... | 10 |
| 2.1.1 Pengertian Ritel..... | 10 |
| 2.1.2 Fungsi Ritel | 11 |

| | |
|---|-----------|
| 2.1.3 Tipe Bisnis Ritel..... | 13 |
| 2.2 Bauran Ritel..... | 17 |
| 2.2.1 Faktor-Fator Bauran Ritel..... | 18 |
| 2.3 Kepuasan Pelanggan | 27 |
| 2.4 Pengaruh Bauran Ritel terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 30 |
| 2.5 Kerangka Pemikiran..... | 31 |
| 2.6 Penelitian Terdahulu..... | 31 |
| 2.7 Hipotesis Penelitian..... | 32 |
| BAB III : METODOLOGI PENELITIAN..... | 34 |
| 3.1 Objek Penelitian | 34 |
| 3.2 Desain Penelitian..... | 34 |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data | 34 |
| 3.3.1 Jenis Data | 34 |
| 3.3.2 Sumber Data..... | 35 |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data | 35 |
| 3.4.1 Penelitian Lapangan | 35 |
| 3.4.2 Penelitian Kepustakaan | 36 |
| 3.5 Populasi dan Sampel | 37 |
| 3.5.1 Populasi | 37 |
| 3.5.2 Sampel..... | 37 |
| 3.6 Pengukuran Instrumen Penelitian..... | 38 |
| 3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian | 38 |
| 3.7.1 Uji Validitas | 38 |

| | |
|---|-----------|
| 3.7.2 Uji Reliabilitas | 39 |
| 3.8 Analisis Deskriptif..... | 40 |
| 3.9 Uji Hipotesis..... | 41 |
| 3.9.1 Uji t (t Test)..... | 42 |
| 3.9.2 Uji F (F Test) | 43 |
| 3.9.3 Koefisiensi Determinasi | 44 |
| BAB IV : ANALISIS DATA | 46 |
| 4.1 Hasil Pengujian Instrumen..... | 46 |
| 4.1.1 Analisis Validitas | 46 |
| 4.1.2 Analisis Reliabilitas | 47 |
| 4.2 Analisis Deskriptif | 48 |
| 4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 48 |
| 4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia | 49 |
| 4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 50 |
| 4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan | 50 |
| 4.3 Uji Hipotesis Penelitian | 52 |
| 4.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda | 52 |
| 4.3.2 Analisis Uji t (t Test) | 54 |
| 4.3.3 Analisis Uji F (F Test) | 60 |
| 4.4.4 Koefisien Determinasi | 61 |
| 4.4 Pembahasan Hasil Analisis | 63 |
| BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN..... | 68 |
| 5.1 Kesimpulan | 68 |

| | |
|----------------------------------|-----------|
| 5.2 Saran | 71 |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian..... | 73 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 75 |
| LAMPIRAN | 77 |

©UKDW

DAFTAR TABEL

- Tabel 4.1 : Hasil Uji Validitas
- Tabel 4.2 : Hasil Uji Reliabilitas
- Tabel 4.3 : Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
- Tabel 4.4 : Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia
- Tabel 4.5 : Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan
- Tabel 4.6 : Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan
- Tabel 4.7 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda
- Tabel 4.8 : Hasil Uji t (t Test)
- Tabel 4.9 : Hasil Uji F (F Test)
- Tabel 4.10 : Hasil Analisis Regresi untuk Koefisiensi Determinasi (R^2)

©UKDW

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Gambar Kepuasan Pelanggan

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2 Kuisisioner
- Lampiran 3 Uji Reliabilitas dan Uji Validitas
- Lampiran 4 Analisis Persentase
- Lampiran 5 Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 6 Tabel r, tabel f, tabel t

©UKDW

ABSTRAKSI

Dewasa ini industri ritel semakin berkembang pesat, terutama setelah masuknya peritel besar seperti Carrefour, Giant, Superindo, dan lain sebagainya. Keberadaan peritel besar ini tidak lantas menyurutkan peritel lokal untuk bersaing dalam dunia bisnis. Peritel lokal seperti Pamela 1 Supermarket mampu bertahan dalam persaingan yang semakin ketat. Pamela 1 Supermarket di tengah maraknya persaingan, mampu tetap menggaet pelanggan potensial untuk kelangsungan bisnisnya. Perusahaan mampu menggunakan bauran ritel yang mereka miliki untuk mengidentifikasi dan menganalisa sejauh mana perusahaan mampu memuaskan pelanggan. Kepuasan pelanggan memegang peranan yang sangat penting terhadap sukses atau tidaknya suatu bisnis ritel. Pelanggan yang puas akan kinerja perusahaan serta bauran ritel yang dimiliki akan memberikan kontribusi positif bagi perusahaan.

Rumusan masalah pada penelitian ini ialah bagaimana bauran ritel yang terdiri dari *product*, *place*, *price*, *promotion*, *personnel*, serta *presentation* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Pamela 1 Supermarket Yogyakarta. Tujuan penelitian ini untuk menganalisa pengaruh bauran ritel tersebut berpengaruh atau tidak terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun simultan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 5,197 + 0,384 X_1 + 0,485 X_2 + (-0,079) X_3 + 0,046 X_4 + 0,695 X_5 + 0,159 X_6 + 2,173$. Berdasarkan analisis data yang dilakukan, variabel *product*, *place*, dan *personnel* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pamela 1 Supermarket. Tiga variabel lain yakni *price*, *promotion*, dan *presentation* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu Pamela 1 diharapkan membuat strategi pengembangan bisnis dengan tidak mengesampingkan bauran ritel yang dimiliki oleh perusahaan.

Keywords: *product*, *place*, *price*, *promotion*, *personnel*, *presentation*, kepuasan pelanggan.

ABSTRAKSI

Dewasa ini industri ritel semakin berkembang pesat, terutama setelah masuknya peritel besar seperti Carrefour, Giant, Superindo, dan lain sebagainya. Keberadaan peritel besar ini tidak lantas menyurutkan peritel lokal untuk bersaing dalam dunia bisnis. Peritel lokal seperti Pamela 1 Supermarket mampu bertahan dalam persaingan yang semakin ketat. Pamela 1 Supermarket di tengah maraknya persaingan, mampu tetap menggaet pelanggan potensial untuk kelangsungan bisnisnya. Perusahaan mampu menggunakan bauran ritel yang mereka miliki untuk mengidentifikasi dan menganalisa sejauh mana perusahaan mampu memuaskan pelanggan. Kepuasan pelanggan memegang peranan yang sangat penting terhadap sukses atau tidaknya suatu bisnis ritel. Pelanggan yang puas akan kinerja perusahaan serta bauran ritel yang dimiliki akan memberikan kontribusi positif bagi perusahaan.

Rumusan masalah pada penelitian ini ialah bagaimana bauran ritel yang terdiri dari *product*, *place*, *price*, *promotion*, *personnel*, serta *presentation* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Pamela 1 Supermarket Yogyakarta. Tujuan penelitian ini untuk menganalisa pengaruh bauran ritel tersebut berpengaruh atau tidak terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun simultan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 5,197 + 0,384 X_1 + 0,485 X_2 + (-0,079) X_3 + 0,046 X_4 + 0,695 X_5 + 0,159 X_6 + 2,173$. Berdasarkan analisis data yang dilakukan, variabel *product*, *place*, dan *personnel* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pamela 1 Supermarket. Tiga variabel lain yakni *price*, *promotion*, dan *presentation* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu Pamela 1 diharapkan membuat strategi pengembangan bisnis dengan tidak mengesampingkan bauran ritel yang dimiliki oleh perusahaan.

Keywords: *product*, *place*, *price*, *promotion*, *personnel*, *presentation*, kepuasan pelanggan.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini pertumbuhan industri ritel semakin berkembang. Tingginya permintaan pasar akan produk ritel, membuat sebagian besar pelaku usaha memilih bisnis ini. Bisnis ritel telah dilakukan banyak orang silih berganti, buka-tutup, mati-hidup dan terus bergulir tanpa henti dengan berbagai macam produk dan di segala penjuru tempat. Bisnis ritel sudah dijalankan masyarakat dari zaman dulu hingga sekarang. Pada masa kini bisnis ritel telah mengalami pertumbuhan dan perubahan yang sangat cepat, baik dari sisi jumlah, konsep, ukuran, sistem dan pengelolaan.

Bisnis ritel merupakan suatu bisnis yang melayani konsumen akhir untuk pemenuhan kebutuhan rumah tangga, bukan untuk penjualan ulang. *Retailing* terdiri dari kegiatan-kegiatan bisnis yang terlibat dalam penjualan barang dan jasa kepada konsumen untuk pemakaian pribadi, keluarga, atau rumah tangga (Usman, Thoyib: 1998). Perkembangan industri ritel dapat dilihat dari semakin banyaknya usaha ritel yang bermunculan, terutama dalam sektor pasar modern. Pertumbuhan dan perkembangan tersebut membuat persaingan dalam sektor pasar modern semakin ketat, terlebih setelah masuknya peritel besar seperti Giant, Carrefour, Makro, dan Superindo. Selain itu, usaha ritel waralaba seperti Indomart dan Alfamart juga menambah tingkat persaingan bagi peritel lokal semakin besar. Akibat dari perkembangan bisnis ritel tersebut

membuat daya tawar konsumen semakin kuat mengingat semakin banyaknya alternatif yang menjadi pilihan konsumen. Hal tersebut mengharuskan setiap peritel memiliki berbagai strategi untuk menggaet konsumen lebih besar dan memenangkan persaingan. Kunci utama untuk memenangkan persaingan yang ada ialah dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas. Perusahaan dapat memaksimalkan keuntungan dan memperluas pangsa pasar yang lebih luas dengan mewujudkan kepuasan pelanggan.

Fandy Tjiptono dalam bukunya mengungkapkan bahwa terciptanya kepuasan pelanggan mampu memberikan beberapa manfaat bagi perusahaan, diantaranya terciptanya hubungan yang harmonis antara pelanggan dan perusahaan, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan loyalitas pelanggan, serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang baik bagi perusahaan. Kepuasan pelanggan menurut Tse dan Wilton dalam Fandy Tjiptono (1995) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi yang dirasakan antara harapan dan kinerja produk yang dirasakan setelah pemakaian. Philip Kotler menyatakan bahwa pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi, merasa sangat puas apabila harapan terlampaui, serta merasa kecewa ketika harapan mereka tidak terpenuhi. Pelanggan yang puas cenderung tetap loyal lebih lama, membeli lebih banyak, kurang peka terhadap perubahan harga, serta pembicaraannya menguntungkan perusahaan. Kepuasan menurut Kotler (2000:36) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja

(hasil) yang dia rasakan dengan harapannya. Pada umumnya harapan dari pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimanya bila mereka membeli atau mengkonsumsi suatu produk. Kepuasan ini mendatangkan keuntungan karena biaya mendapatkan pelanggan baru lima kali lebih tinggi daripada mempertahankan yang sudah ada.

Supermarket di Yogyakarta sudah sangat menjamur, terlebih setelah masuknya peritel besar seperti Giant, Makro, Carrefour, Superindo, dan peritel besar lainnya. Keberadaan peritel besar tersebut meski mulai menguasai pasar, akan tetapi keberadaan usaha ritel lokal tetap dapat bertahan dalam menggaet konsumen. Salah satu peritel lokal yang juga berkembang di Yogyakarta ialah Pamella Supermarket. Pamella merupakan salah satu usaha ritel dalam bidang penjualan *consumer goods* yang dikemas dalam bentuk supermarket dan swalayan. Pamella Supermarket mampu mengembangkan usahanya ditengah semakin ketatnya persaingan dalam bisnis ritel. Pamella Group mempunyai beberapa cabang mulai dari Pamella 1 Supermarket hingga 8 yang tersebar di berbagai wilayah di Yogyakarta. Pamella 1 Supermarket yang terletak di Jalan Kusumanegara merupakan cikal bakal usaha bisnis Pamella dan merupakan toko Pamella yang paling berkembang.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk meneliti mengenai pengaruh bauran ritel terhadap kepuasan pelanggan di Pamella 1 Supermarket Yogyakarta. Penulis mengambil judul **“Pengaruh Bauran Ritel terhadap Kepuasan Pelanggan Pamella 1 Supermarket Yogyakarta”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah yang diangkat adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh variabel *product*, *place*, *price*, *promotion*, *personnel*, dan *presentation* terhadap kepuasan pelanggan Pamela 1 Supermarket Yogyakarta secara parsial?
2. Apakah ada pengaruh variabel *product*, *place*, *price*, *promotion*, *personnel*, dan *presentation* terhadap kepuasan pelanggan Pamela 1 Supermarket Yogyakarta secara simultan?

1.3 Batasan Masalah

Agar masalah yang dibahas tidak terlalu luas maka diberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan kepada masyarakat Yogyakarta yang pernah melakukan pembelian di Pamela 1 Supermarket.
2. Tempat penelitian dilakukan di Yogyakarta
3. Jumlah responden yang diteliti ialah 100 orang
4. Profil responden yang diteliti berdasarkan:
 - Jenis Kelamin:
 - a. Pria
 - b. Wanita

- Usia:
 - a. Dibawah 20 tahun
 - b. 20 – 35 tahun
 - c. 36 – 50 tahun
 - d. Diatas 50 tahun
- Jenis Pekerjaan
 - a. Pegawai Negeri
 - b. Karyawan Swasta
 - c. Ibu Rumah Tangga
 - d. Mahasiswa
 - e. Lain-lain
- Pendapatan
 - a. < Rp 1.500.000
 - b. Rp 1.500.001 – Rp 2.500.000
 - c. Rp 2.500.001 – Rp 3.500.000
 - d. > Rp 3.500.000

5. Variabel-variabel yang diteliti ialah:

a. *Product*

Diukur dengan :

Kelengkapan kategori produk, serta tingkat variasi produk yang ada di Pamella 1 Supermarket.

b. *Place*

Diukur dengan :

Tingkat kemudahan lokasi Pamela 1 Supermarket untuk dijangkau konsumen. Apakah Pamela 1 Supermarket *rest area* yang meliputi gerai makanan, minuman, serta ATM yang lengkap.

c. *Price*

Diukur dengan :

Apakah harga yang ditawarkan lebih terjangkau daripada pesaing, serta kesesuaian harga dengan kualitas produk

d. *Promotion*

Diukur dengan :

Seberapa sering Pamela 1 Supermarket melakukan penjualan dengan diskon, serta apakah promosi yang dilakukan Pamela 1 Supermarket mudah dipahami konsumen.

e. *Personnel*

Diukur dengan :

Penampilan karyawan apakah menarik, kesopanan karyawan terhadap pelanggan. Apakah pelanggan merasa puas dengan pelayanan karyawan

f. *Presentation*

Diukur dengan :

Tingkat kebersihan Pamella 1 Supermarket. Apakah pelanggan puas terhadap kenyamanan berbelanja di Pamela 1 Supermarket

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Pamella 1 Supermarket :

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran tentang pengaruh bauran ritel terhadap kepuasan pelanggan Pamella 1 Supermarket. Selain hal tersebut, diharapkan perusahaan mampu melakukan strategi yang tepat terkait usaha perusahaan untuk menciptakan kepuasan pelanggan berdasarkan bauran ritel yang dilakukan perusahaan.

2. Bagi Peneliti :

Penelitian ini sebagai syarat kelulusan jenjang pendidikan Strata 1 yang ditempuh peneliti, serta sebagai cara untuk menambah wawasan tentang teori-teori yang sudah diperoleh selama ini, khususnya masalah yang terkait dengan pemasaran dan bisnis ritel.

3. Bagi Pembaca Lain :

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi untuk penelitian lain yang sejenis.

4. Bagi Perkembangan Ilmu :

Mampu mengetahui dan mengidentifikasi mengenai pengaruh bauran ritel terhadap kepuasan pelanggan di Pamela 1 Supermarket.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka dapat ditentukan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh variabel *product, place, price, promotion, personnel, dan presentation* terhadap kepuasan pelanggan secara parsial.
2. Menganalisis pengaruh variabel *product, place, price, promotion, personnel, dan presentation* terhadap kepuasan pelanggan secara simultan.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, manfaat penelitian, tujuan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menerangkan mengenai dasar-dasar teori mengenai permasalahan yang dibahas.

BAB III METEDOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai metode pengumpulan data, metode penelitian yang akan digunakan. Alat analisis yang akan digunakan antara lain uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linear berganda, uji t, serta uji F.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini penulis membahas hasil penelitian, antara lain deskripsi atau gambaran umum perusahaan, hasil pengujian variabel – variabel penelitian, analisis pengaruh bauran ritel terhadap kepuasan pelanggan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran terkait penelitian yang telah dilakukan.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Berdasarkan analisis data yang terdiri dari analisis deskriptif dan uji hipotesis, maka peneliti dapat menyimpulkan dan memberi saran sebagai berikut:

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bauran ritel yang terdiri dari *product, place, price, promotion, personnel*, serta *presentation* terhadap kepuasan pelanggan di Pamella 1 Supermarket baik secara parsial maupun simultan atau bersama-sama. Adapun jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan karakteristik pernah melakukan pembelian di Pamella 1 Supermarket. Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan, kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

5.1.1 Berdasarkan Analisis Deskriptif

a. Profil responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin, diperoleh hasil bahwa responden wanita lebih mendominasi daripada responden laki-laki dengan persentase 63%. Hal tersebut berarti bahwa pelanggan Pamella 1 Supermarket lebih banyak wanita daripada laki-laki.

b. Profil responden berdasarkan usia

Berdasarkan karakteristik usia, responden dengan usia 20-35 tahun memiliki jumlah paling banyak dengan persentase 52%. Melihat data tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas pelanggan Pamella 1 Supermarket berasal dari kalangan anak muda dan orang dewasa.

c. Profil responden berdasarkan pekerjaan

Berdasarkan jenis pekerjaan, responden dengan pekerjaan sebagai karyawan swasta menempati peringkat terbanyak dengan persentase 32%. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas pelanggan Pamella 1 Supermarket 1 merupakan karyawan swasta.

d. Profil responden berdasarkan pendapatan

Berdasarkan jumlah pendapatan yang diterima, responden dengan jumlah pendapatan < Rp1.500.000,00 mendominasi responden penelitian dengan persentase sebesar 59%. Melihat data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan Pamella 1 Supermarket mayoritas dari kalangan masyarakat dengan pendapatan < Rp1.500.000,00

5.1.2 Berdasarkan Uji Hipotesis Analisis Regresi Linear Berganda

a. Uji t (Uji signifikansi pengaruh variabel bebas secara parsial)

Berdasarkan uji t yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa masing-masing variabel *product*, *place*, serta *personnel* secara mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat signifikansi masing-masing 0.036, 0.024, dan 0.00. Tingkat signifikansi ketiga variabel tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditetapkan yakni 5% atau 0.05. Sedangkan ketiga variabel lain yang terdiri dari *price*, *promotion*, serta *presentation* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut dikarenakan variabel-variabel tersebut mempunyai tingkat atau taraf signifikan lebih besar dari 0.05 (*price* sebesar 0.707 *promotion* sebesar 0.859 serta *presentation* sebesar 0.348)

b. Uji F (Uji signifikansi pengaruh variabel bebas secara simultan)

Berdasarkan uji F yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa keenam variabel bebas yang terdiri dari *product*, *place*, *price*, *promotion*, *personnel*, serta *presentation* berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan). Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan hasil F hitung sebesar 15,577 yang lebih besar dari standar F tabel yang digunakan yakni 2,31.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang didapat, maka peneliti ingin memberikan saran yang membangun terkait pengaruh bauran ritel terhadap kepuasan pelanggan di Pamela 1 Supermarket. Saran yang diberikan dalam penelitian ini hendaknya dapat digunakan oleh pihak Pamela 1 Supermarket sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan memenangkan persaingan dalam dunia bisnis ritel. Adapun saran-saran tersebut antara lain:

5.2.1 Variabel *Product*

Produk mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan di Pamela 1 Supermarket. Oleh sebab itu Pamela 1 Supermarket hendaknya tetap menyediakan produk yang beragam dan berkualitas bagi konsumen. Sehingga konsumen tetap akan mendapatkan produk yang mereka butuhkan di Pamela 1 Supermarket. Hal tersebut dapat meminimalisasikan pelanggan yang berpindah ke toko lain.

5.2.2 Variabel *Place*

Lokasi Pamela 1 Supermarket menentukan tingkat kepuasan pelanggan karena dinilai berada di lokasi yang strategis dan mudah dijangkau. Akan tetapi ada baiknya jika Pamela 1 Supermarket tetap mengembangkan lokasi yang ada, seperti menyediakan area parkir

yang lebih luas untuk pelanggan. Hal tersebut perlu dilakukan mengingat kepuasan pelanggan dipengaruhi faktor lokasi.

5.2.3 Variabel *Price*

Berdasarkan hasil penelitian, harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Pamela 1 Supermarket. Akan tetapi, pihak Pamela 1 Supermarket tetap menetapkan harga yang terjangkau untuk setiap produk yang dijual. Hal tersebut mampu menjadi strategi perusahaan untuk mempertahankan pelanggan yang ada dan menarik pelanggan baru.

5.2.4 Variabel *Promotion*

Promosi berdasarkan penelitian yang telah dilakukan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pamela 1 Supermarket. Hal tersebut dikarenakan konsumen sudah mengetahui dan mengenal Pamela 1 Supermarket dengan cukup baik. Akan tetapi hendaknya Pamela 1 Supermarket meningkatkan kegiatan promosi untuk lebih memuaskan pelanggan. Pamela 1 Supermarket dapat memanfaatkan media massa baik cetak maupun elektronik (stasiun radio dan tv lokal) untuk memperkenalkan bisnisnya pada masyarakat luas. Selain itu, promosi penjualan yang dilakukan secara rutin baik

dalam bentuk potongan harga maupun hadiah mampu meningkatkan kepuasan konsumen.

5.2.5 Variabel *Personnel*

Karyawan yang ada di Pamela 1 Supermarket berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Pamela 1 Supermarket. Melihat hal tersebut ada baiknya apabila Pamela 1 Supermarket meningkatkan kualitas pelayanan karyawan terhadap pelanggan yang datang. Pelayanan yang baik dapat mencakup keramahan dalam melayani, serta kepekaan dalam menanggapi keluhan maupun kritikan pelanggan.

5.2.6 Variabel *Presentation*

Presentasi ataupun atmosfer toko Pamela 1 Supermarket berdasarkan penelitian yang telah dilakukan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Akan tetapi hendaknya Pamela 1 Supermarket tidak mengesampingkan penataan toko dan suasana di dalamnya. Kebersihan dan kenyamanan toko untuk berbelanja harus diperhatikan dengan cermat. Penataan kardus-kardus stok produk sebaiknya tidak mengganggu pandangan maupun lalu lintas pelanggan dalam berbelanja. *Lay out* atau *display* produk

juga harus diperhatikan sehingga tidak membingungkan pelanggan dalam mencari produk yang mereka butuhkan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang telah dilakukan ini memiliki keterbatasan, antara lain:

1. Penelitian ini hanya mencakup Pamella 1 Supermarket, dimana tidak berlaku pada cabang Pamella lainnya. Pamella Group sendiri mempunyai 8 cabang yang tersebar di berbagai tempat di Yogyakarta. Oleh sebab itu, diharapkan penelitian selanjutnya mampu menjangkau obyek yang lebih luas.
2. Penelitian ini hanya meneliti enam variabel bauran ritel yang terdiri dari *product, place, price, promotion, personnel, serta presentation*. Oleh karena itu penelitian ini belum mampu menjawab seluruh elemen yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.
3. Penelitian ini menyertakan responden yang mayoritas berdomisili di sekitar Pamella 1 Supermarket sehingga dapat dikatakan bahwa penyebaran kuesionernya kurang meluas. Diharapkan penelitian selanjutnya mampu menjangkau wilayah penyebaran yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Asep Sujana. 2005. *Paradigma Baru dalam Manajemen Pemasaran Ritel Modern Edisi 1*. Yogyakarta. Graha Ilmu
- Buchari Alma. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta
- Djarwanto, Pangestu Subagyo. 1998. *Statistik Induktif*. Yogyakarta. BPFE.
- Djaslim Saladin dan Yevis Marty Oesman. 2002. *Intisari Pemasaran dan Unsur Unsur Pemasaran*. Bandung. Linda Karya
- Fandy Tjiptono. 2006. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta. Andi Offset
- Gujarati, Damodar. 2006. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Yogyakarta. Erlangga.
- Hague, Paul dan Paul Harris. 1995. *Sampling dan Statistika*. Jakarta. PT Pustaka Binaman Pressindo.
- Kotler Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran. Edisi 9*. Jakarta. Prenhalindo
- Kotler Philip, Gary Armstrong. 1999. *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 2*. Jakarta. Prenhalindo
- Kuncoro Mudrajat. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta. Erlangga
- Lamb Charles, Joseph F Hair. 2008. *Pemasaran Buku 2*. Jakarta. Salemba Empat
- Ma'ruf, Hendri. 2006. *Pemasaran Ritel*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

Sopiah dan Syihabudhin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel. Edisi 1*. Yogyakarta. Andi Offset

Sugiyono. 2000. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Alfabeta

Taufik Amir. 2005. *Dinamika Pemasaran*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada

Taufik Amir. 2004. *Manajemen Ritel*. Jakarta. PPM

Whidya Christina Utami. 2008. *Manajemen Barang Dagangan dalam Bisnis Ritel*. Malang. Publishing Bayumedia

©UKDW