

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Bauran Penjualan Eceran (*Retail mix*) terhadap keputusan pembelian konsumen pada naraya Swalayan Kecamatan Kasihan secara simultan dan secara parsial. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berbelanja di Naraya Swalayan Kecamatan Kasihan. Dalam penelitian ini responden yang digunakan berjumlah 100 orang responden yang dipilih dengan menggunakan metode *convenience sampling*. Sedangkan alat analisis yang digunakan adalah SPSS 22, dengan analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk mencari bentuk pengaruh secara bersama-sama maupun sendiri-sendiri antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Untuk uji secara simultan dilakukan uji F, sedangkan untuk uji secara parsial dilakukan uji t.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, hasil penelitian ini membuktikan bahwa produk, harga, dan suasana toko mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel *retail mix* yang lainnya yaitu promosi, layanan, desain toko, dan lokasi toko tidak mempengaruhi keputusan pembelian pada Naraya Swalayan Kecamatan Kasihan. Penelitian ini juga membuktikan bahwa secara simultan variabel *retail mix* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Retail mix*, keputusan pembelian, Naraya Swalayan Kecamatan Kasihan.

ABSTRACT

This research aimed at analyzing the effect of retail mix towards purchase decision of customers at Naraya Supermarket of Kasihan District simultaneously and partially. The subjects of this research were consumers who have ever shopped at Naraya Supermarket of Kasihan District. In this research, there were 100 respondents who were selected using convenience sampling method. Meanwhile, the data were analyzed using SPSS 22 with double linear regression to find the forms of simultaneous effect and partial effect of independent variable (X) and dependent variable (Y). Simultaneous test was conducted using F test, while partial test was done using t test.

Based on the analysis, the research result shows that product, price and the atmosphere of shop has significant effect towards purchase decision. Meanwhile, other retail mix variables which are promotion, service, shop design, and shop location do not affect purchase decision at Naraya Supermarket of Kasihan District. This research also proves that simultaneously, retail mix variable has significant effect towards purchase decision.

Key words: *Retail mix, purchase decision, Naraya Supermarket of Kasihan District*