



**UNIVERSITAS ANDALAS
FAKULTAS EKONOMI**

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR LOKASI, KELENGKAPAN PRODUK DAN
HARGA TERHADAP PEMBELIAN ULANG KONSUMEN PADA
MASYITAH SWALAYAN BUKITTINGGI**

Oleh :

QORI ALDINO FEBRIAN
03 156 011

Mahasiswa Program Strata Satu (S-1) Manajemen

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat – Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*

**PADANG
2010**

	No Alumni Universitas	QORI ALDINO FEBRIAN	No Alumni Fakultas:
	BIODATA		

a). Tempat/Tgl Lahir : Bukittinggi / 23 Februari 1985, b). Nama Orang Tua : Asril Tanjung, ST dan Ellyani Rosa, c). Fakultas : Ekonomi Program S-1 Reguler Mandiri, d). Jurusan : Manajemen, e). No.BP : 03156011 f). Tanggal Lulus : 27 Mei 2010, g). Prediket lulus : Memuaskan, h). Lama Studi : 6 tahun 10 bulan, i). Alamat Orang Tua : Baso, Koto Malintang, Kab. Agam.

ANALISIS PENGARUH FAKTOR LOKASI, KELENGKAPAN PRODUK DAN HARGA TERHADAP PEMBELIAN ULANG KONSUMEN PADA MASYITAH SWALAYAN BUKITTINGGI

Skripsi S1 Oleh **Qori Aldino Febrian**, Pembimbing **Drs. Jhon Edwar, MM**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk dan Harga terhadap Pembelian Ulang Konsumen pada Masyitah Swalayan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) lokasi berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap pembelian ulang konsumen, (2) kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang konsumen dan (3) harga berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap pembelian ulang konsumen.

Untuk meningkatkan pembelian ulang konsumen pada Masyitah Swalayan, hendaknya perusahaan memperhatikan ketiga aspek penting yaitu lokasi yang strategis, dengan lokasi yang dekat dengan pemukiman penduduk, akses yang mudah ke lokasi dan keamanan yang baik akan dapat menarik konsumen yang membutuhkan produk. Perusahaan hendaknya juga meningkatkan kelengkapan produk agar permintaan produk dari konsumen dapat dipenuhi. Di samping itu perusahaan harus menetapkan harga produknya sesuai dengan harga pasar, agar konsumen tidak beralih ke tempat lain

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 27 Mei 2010, dengan penguji :

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Drs. Jhon Edwar, MM	Dra. Yanti, MM	Suziana, SE, MM

Mengetahui :

Ketua Jurusan : **Dr. Harif Amali Rivai, SE, MSi**
NIP. 132 164 008

Tandatangan

Alumnus telah mendaftar ke fakultas dan telah mendapat Nomor Alumnus:

	Petugas Fakultas / Universitas	
No Alumni Fakultas	Nama:	Tanda tangan:
No Alumni Universitas	Nama:	Tanda tangan:

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang maju dan berkembang pesat khususnya di kota-kota besar, telah terjadi perubahan di berbagai sektor, termasuk di bidang industri dan produksi serta pada kegiatan eceran di Indonesia yang telah berkembang menjadi usaha yang berskala besar. Perkembangan bisnis eceran yang pesat ini tidak lepas dari faktor meningkatnya jumlah penduduk Indonesia dan juga meningkatnya jumlah pendapatan perkapita penduduk Indonesia yang menyebabkan taraf hidup masyarakat Indonesia semakin meningkat. Hal ini membawa dampak kepada pola perilaku belanja seseorang, dimana semakin meningkatnya taraf hidup seseorang, maka tuntutan akan tempat berbelanja yang nyaman dan dapat menyediakan segala kebutuhan konsumen dalam satu lokasi semakin dibutuhkan.

Perkembangan yang terus menerus berlangsung dalam perdagangan eceran ini menunjukkan bahwa perdagangan eceran bersifat dinamis. Hal ini terjadi tidak lain karena perdagangan eceran ingin selalu berusaha memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (perdagangannya). Bentuk usaha eceran yang mengalami perkembangan cukup besar adalah supermarket (pasar swalayan).

Dewasa ini perkembangan pasar swalayan di tanah air, tampak cukup pesat. Hampir di setiap ibukota propinsi dan kota-kota besar lainnya bermunculan pasar swalayan dengan berbagai fasilitas dan pelayanan yang semakin lengkap. Pasar swalayan sebagai ujung tombak pemasaran akan terus bertambah, dan yang sudah ada

terus dikembangkan hingga menjadi superstore yaitu pasar swalayan yang menyediakan kebutuhan masyarakat yang selengkap-lengkapya.

Namun disadari usaha pasar swalayan tak ubahnya seperti usaha-usaha lainnya yang didalam usahanya meningkatkan penjualan juga terjadi persaingan. Dalam situasi persaingan setiap kebijakan yang dikeluarkan oleh suatu pasar swalayan dengan maksud untuk menandingi atau mengambil kesempatan yang ada. Timbulnya keadaan seperti itu menandakan bahwa manajer atau pengusaha semakin menyadari pentingnya mempertahankan dan memperluas pasar untuk kesinambungannya. Pada dasarnya keberhasilan usaha di bidang retail ini berada pada pengadaan barang, baik secara kuantitas maupun kualitas, serta harga yang rendah guna meningkatkan jumlah kunjungan.

Dengan adanya persaingan antar pasar swalayan yang menjual produk sejenis menyebabkan pasar swalayan harus selalu meningkatkan kewaspadaannya dan mempertahankan posisi pasar terhadap ancaman para pesaingnya. Pasar swalayan harus berusaha lebih keras dalam menentukan kebutuhan serta keinginan konsumen yang menjadi sasarannya. Hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan adalah memberikan kepuasan kepada konsumen dengan lebih baik dibandingkan dengan para pesaingnya agar dapat bertahan, terlebih lagi agar dapat menguasai pasar. Pihak manajemen harus selalu mengetahui hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh konsumen, serta pihak manajemen tersebut harus selalu menghasilkan kinerja sebaik mungkin dalam memuaskan kebutuhan konsumen. Agar dapat mendorong konsumen melakukan pembelian ulang pada swalayan tersebut.

Pasar swalayan semakin bersaing satu sama lain untuk dapat menarik konsumen serta dengan tingkat harga yang sama untuk setiap pasar swalayan, konsumen semakin

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap konsumen Niagara Swalayan, terdapat beberapa kesimpulan yang diperoleh, yaitu

1. Variabel lokasi berpengaruh tetapi tidak secara signifikan terhadap pembelian ulang konsumen pada Masyitah Swalayan Bukittinggi artinya lokasi tidak terlalu berpengaruh terhadap pembelian produk kembali ke Masyitah Swalayan
2. Variabel kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang konsumen pada Masyitah Swalayan Bukittinggi. Artinya dengan merek produk yang lengkap dan sesuai dengan harapan akan meningkatkan pembelian ulang konsumen.
3. Variabel harga terhadap pembelian ulang menghasilkan nilai negatif. Yang artinya, apabila harga dinaikkan maka pembelian ulang pun akan menurun konsumen pada Masyitah Swalayan Bukittinggi. Artinya apabila harga meningkat sebesar 1 satuan, maka akan terjadi penurunan dalam pembelian ulang.
4. Variabel lokasi, kelengkapan produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang konsumen pada Masyitah Swalayan Bukittinggi. Artinya dengan adanya variabel tersebut akan mempengaruhi pembelian ulang konsumen pada Masyitah Swalayan Bukittinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Berman, Bary and Joel, R. Evans. 2001. *Retail Management. A. Strategic Approach*. (8th Edition). Upper Saddle River: Prantice Hall Intl, Inc.
- Gilbert. David. 2003. *Retail Marketing Management*. (2nd Edition). New York: Pearson Education Limited
- Indriantoro, Nur & Bambang Supomo. 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta : BPFE.
- Blackwell, Roger D, Paul W. Miniard, James F. Engel. 2006. *Consumer Behavior*, 10th Edition, Orlando : Harcourt College Publishers.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 1999. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa Imam Nurmawati. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa Damos Sihombing. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Prenhallindo.
- Lamb, Charles W. Jr. Joseph F Hair Jr. Carl Mc. Daniel. 2001. *Pemasaran Buku Satu*. Alih Bahasa David Octarevia. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Margareta, Putri. 2008. *Pengaruh Lokasi, harga dan kelengkapan barang terhadap Pembelian Ulang Konsumen pada Niagara Swalayan*. Skripsi Fakultas Ekonomi, UNP.
- Mujiroh. 2005. *Pengaruh produk, pelayanan, dan lokasi terhadap keputusan pembelian ulang pada pasar Swalayan Indo Rizky Purbalingga*. Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang
- Nugroho, Satrio. 2006. *Pengaruh Marketing Mix terhadap keputusan pembelian ulang di Hypermart supermall Pakuwon Indah*. Skripsi Fakultas Ekonomi, PETRA.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Buku 2. Edisi 4. Jakarta. Salemba Empat.
- Simamora, Bilson. 2003. *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 1999. *Metodologi Penelitian Dalam Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Suliyanto. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta : ANDI.