

ABSTRAK

PENGARUH FAKTOR BAURAN RITEL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA MUSLIM RABBANI (STUDI KASUS KONSUMEN RABBANI PANAM PEKANBARU)

OLEH :
LESLY DEWI WAHYUNI
135210201

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel produk, harga, lokasi, promosi, pelayanan, dan fasilitas fisik terhadap keputusan pembelian busana muslim pada gerai Rabbani Panam Pekanbaru. Penelitian ini dilaksanakan dengan metode deskriptif dan kuantitatif yang menggunakan data primer dan data sekunder yang diperoleh melalui wawancara dan kuisioner. Teknik pengambilan sampel yaitu dengan menggunakan rumus slovin dan diperoleh sampel sebanyak 93 orang. Pengujian instrument penelitian adalah dengan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya untuk analisis dilakukan secara kuantitatif dengan metode uji regresi linear berganda menggunakan alat bantu *SPSS versi 20*. Hasil penelitian diperoleh nilai koefisien regresi (B) produk (0,324), harga (0,207), lokasi (0,233), pelayanan (0,262), promosi (0,220) dan fasilitas fisik (0,292) dan menunjukkan bahwa variabel bauran ritel memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian busana muslim di gerai Rabbani Pekanbaru dengan nilai R^2 sebesar 0,336 (33,6 %). Sehingga dengan demikian bauran ritel pada gerai Rabbani pekanbaru harus di tingkatkan untuk memperoleh keputusan pembelian konsumen yang lebih baik.

Kata Kunci : Busana Muslim, Bauran Ritel, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE EFFECT OF RETAIL MIXTURE FACTORS ON PURCHASING DECISION OF RABBANI MUSLIM FASHION (CASE STUDY OF RABBANI CONSUMERS PANAM PEKANBARU)

LESLY DEWI WAHYUNI
135210201

This research was conducted to find out and analyze the influence of product variables, price, location, promotion, service, and physical facilities on Muslim clothing purchase decisions at Rabbani Panam Pekanbaru outlets. This research was carried out with descriptive and quantitative methods using primary data and secondary data obtained through interviews and questionnaires. The sampling technique is using the Slovin formula and a sample of 93 people was obtained. Testing the research instrument is by testing validity and reliability. Furthermore, for the analysis carried out quantitatively with multiple linear regression test method using SPSS version 20. The results of the study obtained regression coefficient value (B) product (0.324), price (0.207), location (0.233), service (0.262), promotion (0.220) and physical facilities (0.292) and show that the retail mix variable has a significant influence on Muslim clothing purchasing decisions in Rabbani Pekanbaru outlets with R² value of 0.336 (33.6%). So that the retail mix at Rabbani pekanbaru outlets must be increased to get better consumer purchasing decisions.

Key word : Muslim Clothing, Retail Mix, Purchase Decision.