

ABSTRAK

Dalam penelitian ini penulis mengambil judul "Pengaruh Fungsi Pedagang Besar Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Rawing". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh fungsi pedagang besar yang meliputi: promosi dan penjualan, pembelian dan penyediaan produk yang beranekaragam, memecah-mecah jumlah yang besar, pergudangan, pengangkutan, pembiayaan, penanggung resiko, informasi pasar, jasa manajemen dan konsultasi terhadap keputusan pembelian konsumen ditoko rawing, dan untuk memberikan gambaran mengenai: tanggapan konsumen mengenai fungsi pedagang besar, serta tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan kuantitatif dengan metoda analisis regresi berganda dengan menggunakan SPSS versi 17.00. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang dibagikan kepada 85 responden yang menjadi pelanggan ditoko rawing yang terdiri dari 17 item pernyataan (13 item pernyataan mengenai data fungsi pedagang besar dan 4 item pernyataan mengenai data keputusan pembelian konsumen).

Hasil penelitian dari data yang sudah dianalisa, penulis mendapat hasil bahwa variabel fungsi pedagang besar mempengaruhi variabel keputusan pembelian konsumen ditoko rawing sebesar 52,5%. Hal ini menyatakan bahwa fungsi pedagang besar yang dijalankan oleh toko rawing berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggannya dengan koefisien korelasi (R) sebesar 0,525 dan koefisien determinasi sebesar 0,475, artinya fungsi pedagang besar mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 52,5% dan sisanya 47,5% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Dengan kata lain penulis dapat menyimpulkan bahwa variabel fungsi pedagang besar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian konsumen toko rawing.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN TIDAK MEMAKAI PERUSAHAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Tujuan penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Kerangka Pemikiran.....	5
1.6 Lokasi Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran	12
2.2 Pengertian Bauran Pemasaran.....	13
2.2.1 <i>Price</i>	13
2.2.2 <i>Place</i>	13
2.2.3 <i>Promotion</i>	14
2.2.4 <i>Product</i>	15

2.3	Pengertian Perdagangan Besar (wholesaler)	16
2.3.1	Pedagang Keliling	16
2.3.2	Pedagang Asongan	17
2.3.3	Pedagang Kaki Lima	17
2.3.4	Pedagang Grosir	17
2.4	Fungsi Pedagang Besar	18
2.4.1	Penjualan dan Promosi	18
2.4.2	Pembelian dan Penyediaan Produk beragam	18
2.4.3	Memecah-mecah jumlah yang sangat besar	18
2.4.4	pergudangan	19
2.4.5	Pengangkutan	19
2.4.6	Pembiayaan	19
2.4.7	Penanggung Resiko	19
2.4.8	Informasi Pasar	19
2.4.9	Jasa Manajemen dan Konsultasi	19
2.5	Straregi Pedagang Besar untuk Pemasaran	19
2.5.1	Pasar Sasaran	19
2.5.2	Keragaman Produk dan Layanan	20
2.5.3	Keputusan Harga	20
2.5.4	Keputusan Promosi	20
2.5.5	Keputusan Tempat	20
2.6	Jenis-jenis pedagang besar	19
2.6.1	Pedagang Besar Niaga	21
2.6.2	Pedagang Besar Tunai	21
2.6.3	Pedagang Besar Truck	21

2.6.4	Pemborong Rak	22
2.6.5	Koperasi Produsen.....	22
2.6.6	Pedagang Besar	22
2.6.7	Pialang dan Agen.....	22
2.6.8	Kantor Pusat dan Kantor Cabang Ritel/Produsen	23
2.7	Keputusan Pembelian.....	24
2.7.1	Pandangan Dalam Keputusan Pembelian Konsumen.....	26
2.7.2	Model Keputusan Pembelian.....	27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian	33
3.1.1	Sejarah Perusahaan.....	33
3.1.2	Produk yang Disediakan dan Harga	34
3.1.3	Lokasi Toko.....	36
3.1.4	Program Promosi	37
3.2	Metode Penelitian	37
3.3	Operasional Variabel	38
3.4	Teknik Pengambilan Sampel	41
3.4.1	Non-probability Sampling	41
3.4.2	Purposive Sampling.....	41
3.5	Populasi dan Sampel	42
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.7	Validitas dan Reliabilitas	43
3.7.1	Uji Validitas.....	43
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	44
3.7.3	Regresi Linier	44

3.7.4 Uji Normalitas	47
----------------------------	----

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden	49
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	50
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	50
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian.....	51
4.2 Tanggapan pelanggan terhadap fungsi pedagang besar toko rawing	51
4.2.1 Tanggapan pelanggan terhadap promosi dan penjualan di tokorawing.....	51
4.2.2 Tanggapan pelanggan terhadap promosi berupa potongan harga	53
4.2.3 Tanggapan pelanggan terhadap Tunjangan Hari Raya	54
4.2.4 Tanggapan pelanggan terhadap pembelian dan penyediaan produk yang beraneka ragam di tokorawing	55
4.2.5 Tanggapan pelanggan terhadap penjualan produk/barang Dalam skala besar dipecah menjadi skala kecil di toko rawing	56
4.2.6 Tanggapan pelanggan terhadap pergudangan toko rawing	57
4.2.7 Tanggapan pelanggan terhadap pengangkutan/jasa Pengiriman barang.....	58
4.2.8 Tanggapan pelanggan terhadap pembiayaan mengenai Transaksi pembayaran	58

4.2.9	Tanggapan pelanggan terhadap pembiayaan mengenai Jasa penukaran uang	59
4.2.10	Tanggapan pelanggan terhadap pembiayaan mengenai Pembayaran secara kredit (hutang)	60
4.2.11	Tanggapan pelanggan terhadap penanggung resiko tokorawing	61
4.2.12	Tanggapan pelanggan terhadap informasi toko rawing....	62
4.2.13	Tanggapan pelanggan terhadap jasa management dan Konsultasi toko rawing	63
4.3	Tanggapan pelanggan terhadap keputusan pembelian konsumen	64
4.3.1	Tanggapan pelanggan terhadap keputusan pembelian Mengenai harga produk di toko rawing.....	64
4.3.2	Tanggapan pelanggan terhadap keputusan pembelian Mengenai kenyamanan toko rawing.....	65
4.3.3	Tanggapan pelanggan terhadap keputusan pembelian Mengenai jenis produk yang beragam.....	66
4.3.3	Tanggapan pelanggan terhadap keputusan pembelian Mengenai pelayanan toko rawing.....	67
4.4	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	68
4.4.1	Hasil Uji Validitas	68
4.4.2	Hasil Uji Validitas	68

BAB V KESIMPULAN dan SARAN

5.1	Kesimpulan	73
5.2	Saran	76

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN I

- Kuesioner Alat Ukur Penelitian

LAMPIRAN II

- Tabel-Tabel Perhitungan Validitas
- Tabel-Tabel Perhitungan Reliabilitas
- Tabel-Tabel Uji Normalitas
- Tabel-tabel Analisis Regresi Berganda

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasional Variabel	38
Tabel 3.2 Uji Normalitas Distribusi Data	48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	50
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian	51
Tabel 4.5 Tanggapan Pelanggan Terhadap Sampel Promosi Produk Baru	52
Tabel 4.6 Tanggapan Pelanggan Terhadap Sampel Berupa Potongan Harga	53
Tabel 4.7 Tanggapan Pelanggan Terhadap Sampel Tunjangan Hari Raya	54
Tabel 4.8 Tanggapan Pelanggan Terhadap pembelian dan penyediaan produk yang beraneka ragam di tokorawing	55
Tabel 4.9 Tanggapan Pelanggan Terhadap penjualan produk/barang Dalam skala besar dipecah menjadi skala kecil di toko rawing	56
Tabel 4.10 Tanggapan Pelanggan Terhadap pergudangan toko rawing	57
Tabel 4.11 Tanggapan Pelanggan Terhadap pengangkutan/jasa Pengiriman barang	58
Tabel 4.12 Tanggapan Pelanggan Terhadap pembiayaan mengenai Transaksi pembayaran	58
Tabel 4.13 Tanggapan Pelanggan Terhadap pembiayaan mengenai Jasa penukaran uang	59
Tabel 4.14 Tanggapan Pelanggan Terhadap pembiayaan mengenai Pembayaran secara kredit (hutang)	60
Tabel 4.15 Tanggapan Pelanggan Terhadap penanggung resiko tokorawing	61

Tabel 4.16 Tanggapan Pelanggan Terhadap informasi toko rawing	62
Tabel 4.17 Tanggapan Pelanggan Terhadap jasa management dan Konsultasi toko rawing.....	63
Tabel 4.18 Tanggapan Pelanggan Terhadap keputusan harga toko rawing.....	64
Tabel 4.19 Tanggapan Pelanggan Terhadap keputusan pembelian Mengenai harga produk di toko rawing	64
Tabel 4.20 Tanggapan Pelanggan Terhadap jenis produk yang tersedia di toko rawing	65
Tabel 4.21 Tanggapan Pelanggan Terhadap konsep Pelayanan di toko rawing....	66
Tabel 4.22 Uji Validitas Awal	68
Tabel 4.23 Uji Validitas Akhir.....	69
Tabel 4.24 Hasil Uji Reliabilitas.....	70
Tabel 4.25 Uji Regresi	70
Tabel 4.26 Coefficients.....	71
Tabel 4.27 Model Summary	72