

PENGARUH *RETAIL SERVICE QUALITY* TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN DI TOKO BETON JAYA, BANDUNG INTISARI

Dengan meningkatnya persaingan dan perdagangan bebas, maka setiap usaha industri harus mempunyai daya saing agar menjadi kompetitif. Untuk itu perusahaan dituntut untuk dapat membenahi segala aspek yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usahanya. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis apakah pelaksanaan *Retail Service Quality* yang dilaksanakan di Toko Beton Jaya berpengaruh terhadap niat beli konsumen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dan penggunaan kuesioner sebagai media dalam mendapatkan informasi. Sebelum mengetahui seberapa besar pengaruh pelaksanaan *Retail Service Quality* terhadap niat beli konsumen, dilakukan dulu uji validitas dan uji reliabilitas, dengan maksud untuk mengetahui apakah pertanyaan-pertanyaan yang diajukan memenuhi kriteria valid atau tidak. Dari hasil uji validitas dapat disimpulkan bahwa pertanyaan-pertanyaan yang diajukan memenuhi kriteria valid dan reliabel.

Pada penelitian ini, ukuran sampel yang diambil sebanyak 150 orang responden yang diambil dari beberapa kalangan masyarakat yang mengunjungi Toko Beton Jaya, Bandung. Dalam hipotesis ini, uji yang digunakan adalah uji regresi sederhana. Uji regresi sederhana ini digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara *Retail Service Quality* terhadap niat beli konsumen yang dilaksanakan di Toko Beton Jaya, Bandung.

Mengenai analisis regresi *Retail Service Quality* terhadap niat beli konsumen, dimana $Y = a + bx$, dengan hasil $Y = 12.264 + 0.181X_1 - 0.006X_2 - 0.106X_3 + 0.497X_4 + 0.401X_5$. dengan $\alpha \leq 5\%$, yang artinya untuk dimensi totP, H1 diterima karena $\alpha \leq 0.05$ yaitu untuk totP sebesar 0.012 artinya dimensi totP mempengaruhi niat beli konsumen, sedangkan dimensi lainnya yaitu totPa, totRe, totPi, dan totPs ditolak karena $\alpha > 0.05$ yaitu totPa sebesar 0.244, totRe sebesar 0.970, totPi sebesar 0.500 dan totPs sebesar 0.057 artinya dimensi totPa, totRe, totPi dan totPs tidak mempengaruhi niat beli konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif tetapi sangat kecil antara *Retail Service Quality* terhadap niat beli konsumen di Toko Beton Jaya, Bandung.

Kata-kata kunci: Pengaruh *Retail Service Quality*, Niat Beli Konsumen

**THE INFLUENCE OF RETAIL SERVICE QUALITY TO INTENTION
BUY'S CONSUMER AT BETON JAYA STORE, BANDUNG
ABSTRACT**

The increase of competition and global trading makes every industry have to a bargaining power become to more competitive. For that the industry must to reorganizing the whole aspects that related with their activities. The purpose of this research is to analyze that is influence between retail service quality to intention buy's consumer at Beton Jaya store.

The method that we used in this research is questioner and survey method as media to collect some information. Before we know how much influence of retail service quality activities to intention buy's consumer, we conducted first test validity and reliability, with a view to know there is the questions fulfill valid criterion or do not. From result of validity test, we can make a conclusion that the question's is valid and reliable.

In this research the sampling that we used is 150 people that taken from difference society who comes to Beton Jaya store. In this conclusion, the test we are used is simple regression test. The simple regression test had been used to know what is the influence between retail service quality to intention buy's consumer that is applied in Beton Jaya store, Bandung.

The analyze regression of retail service quality to intention buy's consumer is

$Y = a + bx$ and the result is $Y = 12.264 + 0.181X_1 - 0.006X_2 - 0.106X_3 + 0.497X_4 + 0.401X_5$. With $\alpha \leq 0.05$, which means for dimension totP, H1 acceptable because $\alpha \leq 0.05$ for totP in the amount of 0.012, it means the dimension of totP influence customer intension's buy but other totPa, totRe, totPi and tot Ps unacceptable because $\alpha > 0.05$ that is totPa in the amount of 0.244, totRe in the amount of 0.970, totPi in the amount of 0.500 and totPs in the amount of 0.057 that means totPa, totRe, totPi and totPs are no influencing intension's buy customer. Result of this research indicate that there is an influence with are positive but very minimize between retail service quality execution to intention buy consumer at Beton Jaya store, Bandung.

Key words: *The influences of retail service quality, intention buy's consumer.*

DAFTAR ISI

Kata Pengantar.....	i
Daftar Isi.....	iv
Daftar Tabel.....	vii
Daftar gambar.....	viii
Intisari.....	ix
Abstract.....	x
Bab I Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Lingkup Penelitian.....	8
1.6 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	9
1.7 Sistematika Penulisan.....	9
Bab II Tinjauan Pustaka dan Hipotesis Penelitian	
2.1 Pengertian Manajemen.....	11
2.2 Pengertian Pemasaran.....	11
2.3 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	12
2.4 Bauran Pemasaran.....	13
2.4.1 Pengertian Bauran Pemasaran.....	13
2.4.2 Elemen Pokok Bauran Pemasaran.....	14
2.5 <i>Retailing</i> (Eceran).....	15
2.6 Strategi Pemasaran Eceran.....	22

2.6.1 Menetapkan Target Pasar.....	22
2.6.2 Memilih Bauran Eceran atau <i>Retailing Mix</i>	22
2.6.3 Penawaran Produk	23
2.6.4 Strategi Promosi.....	23
2.6.5 Lokasi yang Baik	24
2.6.6 Harga-harga Eceran.....	24
2.6.7 Penampilan Toko Eceran.....	25
2.7 Metode-metode Utama dari Operasi <i>Retail</i>	26
2.8 <i>Gross Margin</i> dan Harga Tidak Selalu di Tingkat yang Sama.....	28
2.9 Faktor-faktor Paling Berpengaruh Dalam Menciptakan Suasana Toko.....	29
2.10 <i>Service Quality</i> (Kualitas Pelayanan Jasa).....	29
2.10.1 Jasa.....	34
2.10.2 Pengertian jasa.....	35
2.10.3 Jenis dan Kategori Jasa.....	37
2.10.4 Karakteristik Jasa dan Implikasi terhadap Pemasaran Jasa.....	39
2.10.5 Kualitas Pelayanan.....	44
2.10.6 Kepuasan.....	47
2.10.7 Perilaku Konsumen	48
2.10.8 Tahap-Tahap Proses Pembelian.....	49
2.11 Hipotesis Penelitian.....	51
2.12 Model Penelitian.....	54
Bab III Objek dan Metode Penelitian	
3.1 Sejarah Singkat Toko Beton Jaya.....	58
3.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	59

3.3 Desain Penelitian.....	61
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	63
3.5 Sampel dan Populasi.....	64
3.6 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukurannya.....	64
3.7 Uji Validitas.....	67
3.8 Uji Reliabilitas.....	67
3.9 Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	67
3.9.1 Penetapan Hipotesis.....	70
3.9.2 Perhitungan Tes Statistik.....	70
3.9.3 Penerimaan dan Penolakan Hipotesis.....	71
Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan	
4.1. Karakteristik Responden.....	72
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	74
4.2.1 Uji Validitas.....	74
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	76
4.3. Hasil Uji Asumsi Regresi Sederhana.....	79
4.4 Pengujian Hipotesis dan Pembahasan.....	80
Bab V Kesimpulan dan Saran	
5.1. Kesimpulan	86
5.2. Implikasi Pemasaran.....	87
5.3. Saran	88
Daftar Pustaka.....	xi
Lampiran.....	xiii

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tipe Toko dan Karakteristiknya.....	28
Tabel 2.2 Perbedaan Karakteristik Antara Barang dan Jasa, dan Implikasinya terhadap Pemasaran Jasa	40
Tabel 3.1 Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya.....	66
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	73
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status.....	73
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	74
Tabel 4.5 Hasil Validitas.....	75
Tabel 4.6 Hasil Reliabilitas	78
Tabel 4.7 Analisis Regresi <i>Retail Service Quality</i> Terhadap Niat Beli Konsumen.....	79
Tabel 4.8 <i>Model Summary</i>	80
Tabel 4.9 Ringkasan Hasil Pengujian Keseluruhan Hipotesis.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Customer Assesment of service quality</i>	30
Gambar 2.2 <i>Customer Perception of Quality and Customer Satisfaction</i>	45
Gambar 2.3 Model Penelitian.....	57
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Toko Beton Jaya.....	60