

**PENGARUH *RETAIL MIX* TERHADAP MINAT BELI**

**(Studi pada Konsumen Toko Setia Kawali)**

**ARTIKEL**

**Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Menempuh Ujian Sidang Sarjana Strata Satu**



Oleh,

**IMAS NOOR FAJRIYAH**  
**NIM. 3402150386**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH CIAMIS**

**2020**

## ABSTRAK

**Imas Noor Fajriyah, NIM. 3402150386. “Pengaruh *Retail Mix* Terhadap Minat Beli (Studi pada Konsumen Toko Setia Kawali)”. Dibawah bimbingan Dr. H. Oyon Saryono, Drs., M.M. (Pembimbing I) dan Dr. Nana Darna, S.E., M.M. (Pembimbing II).**

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Retail Mix* terhadap Minat Beli (Studi pada Konsumen Toko Setia Kawali).

Permasalahan yang dihadapi pada penelitian ini meliputi: 1). Bagaimana *retail mix* pada Toko Setia Kawali? ; 2). Bagaimana minat beli pada Toko Setia Kawali? ; 3). Bagaimana pengaruh *retail mix* terhadap minat beli pada Toko Setia Kawali? Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui 1). *Retail mix* pada Toko Setia Kawali; 2). Minat beli pada Toko Setia Kawali; 3). Pengaruh *retail mix* terhadap minat beli pada Toko Setia Kawali.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis Koefisien Korelasi Sederhana *Rank Spearman*, Analisis Koefisien Determinasi, dan Uji Hipotesis menggunakan Uji Signifikansi (Uji t).

Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa *retail mix* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada Toko Setia Kawali dengan besarnya pengaruh 73,79% dan sisanya 26,21% dipengaruhi faktor lain.

Diharapkan Toko Setia Kawali mempertahankan dan memperhatikan *retail mix* sehingga akan meningkatkan minat belinya.

***Kata kunci: Retail Mix dan Minat Beli***