

ABSTRAK

Rizki Nurfitirianto, NIM. 3402190012. “Pengaruh *Retail Mix* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Minimarket Mini Mart Jl. Rajapolah Kab. Tasikmalaya)”. Dibawah bimbingan Dr Nurdiana Mulyatini, S.E., M.M. (Pembimbing I), dan Lia Yulia S.T.,M.M (pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh *retail mix* terhadap keputusan pembelian (Studi pada Konsumen Minimarket Mini Mart Jl. Rajapolah Kab. Tasikmalaya). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi : 1]Bagaimana *retail mix* pada minimarket Mini Mart Kab. Tasikmalaya?; 2] Bagaimana keputusan pembelian terhadap konsumen Mini Mart Kab. Tasikmalaya?; 3]Bagaimana pengaruh *retail mix* terhadap keputusan pembelian konsumen Mini Mart Kab. Tasikmalaya?. Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis: 1]*retail mix* pada minimarket Mini Mart Kab. Tasikmalaya; 2]keputusan pembelian terhadap konsumen Mini Mart Kab. Tasikmalaya 3] pengaruh *retail mix* terhadap keputusan pembelian konsumen Mini Mart Kab. Tasikmalaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *probality sampling*, untuk metode analisis data menggunakan koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi linier sederhana dan uji hipotesis menggunakan uji signifikansi (uji t). Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa : 1] *Retail Mix* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Mini Mart Kab. Tasikmalaya. Artinya jika *Retail Mix* baik maka keputusan pembelian akan meningkat.

Kata Kunci : *Retail Mix*, Keputusan Pembelian