

**ANALISIS MARKETING MODEL: PERAN
COMPETITIVE PRICE, KELENGKAPAN
PRODUK DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA
RETAIL MATERIAL INDUSTRY**



SKRIPSI

Digunakan Sebagai Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Terapan

Disusun oleh:

MUHAMMAD AVIN RIZAL

211211001

**PROGRAM STUDI DIV BISNIS MANAJEMEN RETAIL
FAKULTAS EKONOMI HUKUM DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NGUDI WALUYO SEMARANG**

2025

**ANALISIS MARKETING MODEL: PERAN
COMPETITIVE PRICE, KELENGKAPAN
PRODUK DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA
RETAIL MATERIAL INDUSTRY**



SKRIPSI

Digunakan Sebagai Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Terapan

Disusun oleh:

MUHAMMAD AVIN RIZAL

211211001

**PROGRAM STUDI DIV BISNIS MANAJEMEN RETAIL
FAKULTAS EKONOMI HUKUM DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NGUDI WALUYO SEMARANG**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

ANALISIS MARKETING MODEL: PERAN *COMPETITIVE PRICE*, KELENGKAPAN PRODUK DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA RETAIL MATERIAL INDUSTRY

Disusun oleh:

MUHAMMAD AVIN RIZAL

211211001

PROGRAM STUDI DIV BISNIS MANAJEMEN RETAIL
FAKULTAS EKONOMI HUKUM DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NGUDI WALUYO

telah diperiksa dan disetujui oleh pembimbing serta telah diperkenankan untuk diujikan

Ungaran, 20 Februari 2025

Pembimbing



Teguh Harso Widagdo, S.E., M.M.
NIDN. 0622057703

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul:

**ANALISIS MARKETING MODEL: PERAN *COMPETITIVE PRICE*,
KELENGKAPAN PRODUK DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP
PURCHASE INTENTION PADA RETAIL MATERIAL INDUSTRY**

disusun oleh:

MUHAMMAD AVIN RIZAL

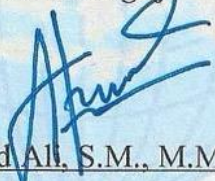
211211001

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Program Studi D4 Bisnis Manajemen Retail, Fakultas Ekonomi Hukum dan Humaniora, Universitas Ngudi Waluyo, pada:

Hari : Selasa

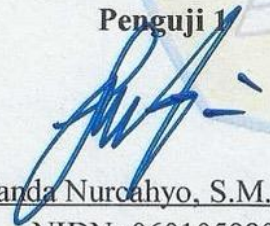
Tanggal : 11 Maret 2025

Ketua Penguji


Ahmad Ali, S.M., M.M.

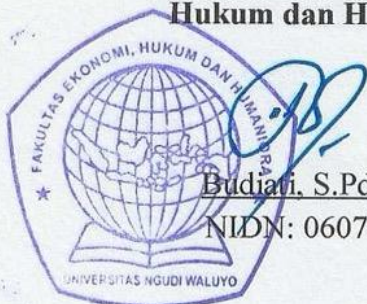
NIDN: 0601079103

Penguji 1


Satria Avianda Nurcahyo, S.M., S.Hum M.M.

NIDN: 0601059801

**Dekan Fakultas Ekonomi
Hukum dan Humaniora**



Budiati, S.Pd., M.Pd

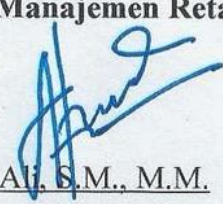
NIDN: 0607038201

Penguji 2


Teguh Harso Widagdo, S.E., M.M

NIDN. 0622057703

**Ketua Program Studi
D4 Bisnis Manajemen Retail**


Ahmad Ali, S.M., M.M.

NIDN: 0601079103

PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya,

Nama : Muhammad Avin Rizal

NIM : 211211001

Program Studi/Fakultas : Program Studi D4 Bisnis Manajemen
Retail/Fakultas Ekonomi Hukum dan Humaniora

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi berjudul **“ANALISIS MARKETING MODEL: PERAN *COMPETITIVE PRICE*, KELENGKAPAN PRODUK DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA RETAIL MATERIAL INDUSTRY”** adalah karya ilmiah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik apapun di Perguruan Tinggi manapun
2. Skripsi ini merupakan ide dan hasil karya murni saya yang dibimbing dan dibantu oleh tim pembimbing dan narasumber.
3. Skripsi ini tidak memuat karya atau pendapat orang lain yang telah dipublikasikan kecuali secara tertulis dicantumkan dalam naskah sebagai acuan dengan menyebut nama pengarang dan judul aslinya serta dicantumkan dalam daftar pustaka
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran di dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh dan sanksi lain sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Ngudi Waluyo.

Semarang, 20 Februari 2025

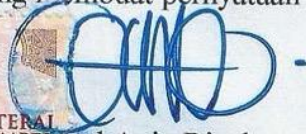
Pembimbing



Teguh Harso Widagdo, S.E., M.M.

NIDN. 0622057703

Yang membuat pernyataan




73B68ALX417269169
NIM. 211211001

KESEDIAAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya,

Nama : Muhammad Avin Rizal

NIM : 211211001

Program Studi/Fakultas : Program Studi D4 Bisnis Manajemen
Retail/Fakultas Ekonomi Hukum dan Humaniora

Menyatakan memberi kewenangan kepada Program Studi D4 Bisnis Manajemen Retail (Dosen Pembimbing Skripsi) untuk menyimpan, mengalih media/formatkan, merawat dan mempublikasi skripsinya dengan judul **ANALISIS MARKETING MODEL: PERAN *COMPETITIVE PRICE*, KELENGKAPAN PRODUK DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA RETAIL MATERIAL INDUSTRY** untuk kepentingan akademis.

Ungaran, 20 Februari 2025

Yang membuat pernyataan



Muhammad Avin Rizal

HALAMAN MOTTO

“Be the first, be the best and be different”

PERSEMBAHAN SKRIPSI

Skripsi ini penulis dedikasikan kepada:

1. Orang tua tercinta bapak Ari Kurnianto Wibowo dan Ibu Marwiyah yang selalu memberikan semangat dan motivasi serta mendoakan hal-hal baik dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Adik tersayang Willy Abi Al-Faqih yang memberikan semangat kepada penulis.
3. Kekasih Istina Dwi Setiyaningrum, yang sabar, setia, pemberi semangat dan menemani hingga penulis menyelesaikan pendidikan D4 Bisnis Manajemen Retail.
4. Bapak dan ibu dosen prodi D4 Bisnis Manajemen Retail yang telah membimbing dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Kepada teman-teman dan sahabat yang memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

Bisnis retail merupakan bisnis yang menjanjikan seiring meningkatnya kebutuhan konsumen, maka dari itu banyak pelaku bisnis yang berlomba membuka bisnis retail di berbagai tempat. Bisnis retail harus memiliki keunggulan dan keunikan yang berbeda bagi pesaing retail yang lainnya. Harga kompetitif menjadi faktor penentu keputusan pembeli, konsumen relatif memilih harga yang murah. Kelengkapan dan keragaman produk yang disediakan toko retail akan membuat konsumen tidak akan pindah ke toko lain. Kualitas pelayanan sebagai usaha yang dapat digunakan untuk mewujudkan kenyamanan konsumen agar konsumen merasa mendapatkan lebih dari apa yang dibutuhkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga kompetitif, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembeli di toko bangunan barokah.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*), dengan menggunakan metode analisis kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Toko Bangunan Barokah yang beralamatkan di Dsn Jurangsari Rt 02 Rw 01 Desa Doplang, Kecamatan Bawen, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 94 responden dengan kriteria inklusi adalah konsumen Toko Bangunan Barokah yang sudah melakukan pembelian di toko minimal 2 kali. Sedangkan kriteria eksklusi dalam penelitian ini konsumen baru Toko Bangunan Barokah. Data penelitian diolah menggunakan SPSS versi 26 dengan uji instrumen terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas; uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji kolmogorov smirnov, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas; analisis regresi linear berganda terdiri dari koefisien determinasi, uji parsial dan uji simultan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga kompetitif berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, kelengkapan produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Harga kompetitif, kelengkapan produk, kualitas pelayanan, keputusan pembelian.

ABSTRACT

Retail business is a promising business along with the increasing needs of consumers, therefore many business actors are competing to open retail businesses in various places. Retail business must have advantages and uniqueness that are different from other retail competitors. Competitive prices are a determining factor in buyer decisions, consumers relatively choose cheap prices. The completeness and diversity of products provided by retail stores will prevent consumers from moving to other stores. Service quality as one of the efforts that can be used to realize consumer comfort so that consumers feel they get more than what is needed. The purpose of this study was to determine the effect of competitive prices, product completeness and service quality on buyer decisions at the Barokah building store.

This type of research is field research, using quantitative analysis methods. This research was conducted at the Barokah Building Store located at Dsn Jurangsari Rt 02 Rw 01 Kelurahan Doplang, Bawen District, Semarang Regency, Central Java. This study used a sample of 94 respondents with inclusion criteria being consumers of the Barokah Building Store who had made purchases at the store at least 2 times. While the exclusion criteria in this study were new consumers of the Barokah Building Store. The research data were processed using SPSS version 26 with instrument tests consisting of validity tests and reliability tests; classical assumption tests consisting of normality tests, kolmogorov smirnov tests, multicollinearity tests and heteroscedasticity tests; multiple linear regression analysis consisting of determination coefficients, partial tests and simultaneous tests.

The results of the study show that competitive prices have a positive effect on purchasing decisions, product completeness has a positive effect on purchasing decisions, and service quality has a positive effect on purchasing decisions.

Keywords: Competitive prices, product completeness, service quality, purchasing decisions.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga pada kesempatan ini penulis sampaikan terima kasih dan penghargaan yang tulus atas bantuan, arahan, informasi serta bimbingannya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kelancaran kepada penulis dalam proses penyusunan proposal ini.
2. Orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan penuh serta doa untuk penulis sampai saat ini.
3. Prof. Dr. Subyantoro, M.Hum selaku Rektor Universitas Ngudi Waluyo.
4. Budiati, S.Pd., M.Pd selaku Dekan Fakultas Hukum dan Humaniora Universitas Ngudi Waluyo, Ungaran Kabupaten Semarang.
5. Ahmad Ali, S.M., M.M. selaku ketua program studi D4 Bisnis Manajemen Retail.
6. Teguh Harso Widagdo, S.E., M. M. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan saran dan arahan kepada penulis dalam pembuatan proposal ini.
7. Bapak Ari Kurniato selaku pemilik TB Barokah yang telah mengijinkan penulis untuk melaksanakan penelitian di Toko bangunan / Material Barokah.
8. Kekasih Istina Dwi Setiyaningrum, yang sabar, setia, pemberi semangat dan menemani hingga penulis menyelesaikan pendidikan D4 Bisnis Manajemen Retail.
9. Seluruh pihak Pihak – pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINILITAS	v
KESEDIAAN PUBLIKASI.....	vi
HALAMAN MOTTO	vii
PERSEMBAHAN SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan.....	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan Teori.....	5
2.1.1 Sejarah Perusahaan Toko Bangunan Barokah.....	5
2.1.2 Susunan Organisasi Toko Bangunan Barokah	6
2.1.3 Harga Kompetitif.....	6
2.1.4 Kelengkapan produk	8
2.1.5 Kualitas Pelayanan	10
2.1.6 Keputusan Pembeli.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Hubungan Logis Antar Variabel dan Perumusan Hipotesis.....	21
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	25
2.5 Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Variabel penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	27
3.1.1 Variabel Penelitian	27

3.1.2 Definisi Operasional Variabel	27
3.2 Objek Penelitian.....	29
3.2.2 Populasi dan Sampel	30
3.3 Jenis dan Sumber Data	32
3.3.1 Jenis Data	32
3.3.2 Sumber Data	32
3.4 Metode Pengumpulan Data	33
3.4.1 Observasi	33
3.4.2 Kuesioner	33
3.4.3 Dokumentasi.....	38
3.5 Metode Analisis Data	38
3.5.1 Pengumpulan Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Toko Bangunan Barokah Doplang.....	46
4.2 Gambaran Umum Responden	47
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	50
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	52
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	59
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	65
BAB V PENUTUP	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran	74
5.3 Keterbatasan Penelitian	74
DAFTAR PUSTAKA.....	75
Lampiran 1 Lembar Kuesioner	79
Lampiran 2 Hasil Olah Data SPSS	82
Lampiran 3 Dokumentasi Kegiatan.....	91
Lampiran 4 Tabulasi Kegiatan.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1. Definisi Operasional Variabel.....	28
Tabel 3. 2. Daftar Pertanyaan Variabel Bebas Harga Kompetitif.....	34
Tabel 3. 3. Daftar Pertanyaan Variabel Bebas Kelengkapan Produk.....	35
Tabel 3. 4. Daftar Pertanyaan Variabel Bebas Kualitas Pelayanan.....	35
Tabel 3. 5. Daftar Pertanyaan Variabel terikat Keputusan Pembelian	37
Tabel 4. 1 Data Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin	47
Tabel 4. 2 Data Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4. 3 Data Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	49
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4. 6 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov.....	55
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinearitas	56
Tabel 4. 8 Hasil Uji Glejser	59
Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	59
Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	60
Tabel 4. 11 Hasil Uji Parsial atau Uji T	61
Tabel 4. 12 Hasil Uji Simultan atau Uji F.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Struktur Organisasi Toko Bangunan Barokah	6
Gambar 2. 2. Proses Pengambilan Keputusan	15
Gambar 2. 3. Kerangka Teoritis.....	25
Gambar 3. 1. Peta Lokasi Penelitian.....	25
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas	53
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	57