

## ABSTRACT

***Imas Widowati, NIM 1102663 The Using Of Retail Service Quality (RSQ) Analysis And The Influence To The Consumer Purchase Interest And The Impact On Purchase Decision: Survey To The Consumer Of Giant Hypermarket In Purwakarta Regency. The Promoters Prof. Dr. Agus Rahayu, M.P And Dr. Vanessa Gaffar, SE.Ak, MBA.***

*The decrease of consumer is one of serious problems appears in retail company that should be considered by management in confronting business competition and increasing the profit. The decrease of consumer amount can be caused by the loss of consumer satisfaction toward the company, the purchase interest and the consumer purchase decision. Grounded on the issue, the writer tries to identify the application of retail spread of merchandise and service factors that are used as the measuring scale in Retail Service Quality (RSQ), and the impact on the consumer purchase interest in increasing purchase decision. The writer conducts the survey to the consumer of Giant Hypermarket in Purwakarta regency. The purposes of the research are to describe Retail Service Quality, purchase interest, and purchase decision at Giant Hypermarket, and examining the influence of Retail Service Quality (RSQ) variable to purchase decision. The research uses description and verification method and involves 100 consumers as the participants. The data collected are taken from questionnaire and analyzed by using Statistic Path Analysis run by AMOS. The research provides the description of RSQ variable position and shows the high category of the consumer purchase interest and the consumer purchase decision. The analysis shows that RSQ influences the consumer purchase interest and decision significantly. The research has proved empirically that the sub variable personal interaction and store policy give positive influences to purchase interest. Otherwise, physic aspect, reliability and problem solving influence negatively and inversely proportional to the facts. The writer believes that physic aspect, reliability, and problem solving as sub variables are not the main factors that motivate consumer in considering purchase interest. It is clearly shown in the description of consumer assessment based on the consumers' characteristics of the demography aspect, experiences, and assessment to the five sub variable of RSQ at Giant Hypermarket in Purwakarta regency. The research concludes that the sub variables of Retail Service Quality (RSQ) give positive impact on consumer purchase interest and purchase decision. It is suggested for the next researcher to conduct a research that analyses other factors that influence purchase interest and decision such as promotion method and marketing mix.*

***Key words: Retail Service Quality, Purchase Interest, Purchasing Decisions***

## ABSTRAK

Imas Widowati, 2014

*Analisis Retail Service Quality (RSQ) Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**Imas Widowati, NIM 1102663 Analisis *Retail Service Quality* (RSQ) Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Giant Hypermarket di Kabupaten Purwakarta) Dengan Pembimbing Prof. Dr. Agus Rahayu, M.P Dan Dr. Vanessa Gaffar, SE.Ak, MBA.**

Penurunan konsumen yang berbelanja pada sebuah ritel merupakan suatu masalah yang perlu diperhatikan secara serius oleh pihak manajemen perusahaan, agar tetap mampu terus bertahan/ bersaing dan menghasilkan laba. Penurunan konsumen ini bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya: adanya penurunan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan ritel, penurunan minat beli dan keputusan pembelian konsumen itu sendiri pada sebuah perusahaan ritel. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut penulis mencoba untuk meneliti penerapan bauran ritel dari faktor *merchandise* dan layanan yang dijadikan skala pengukuran untuk *Retail Service Quality* (RSQ) dan pengaruhnya terhadap minat beli konsumen dalam meningkatkan keputusan pembelian, dengan melakukan survei pada konsumen Giant Hypermarket yang ada di Kabupaten Purwakarta. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui gambaran *Retail Service Quality*, minat beli dan keputusan pembelian pada Giant Hypermarket serta untuk menguji uji pengaruh variabel *Retail Service Quality* (RSQ) terhadap minat beli serta dampaknya pada keputusan pembelian. Metoda penelitian yang digunakan adalah metoda deskriptif dan metoda verifikatif. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung dan berbelanja di Giant Hypermarket di kabupaten Purwakarta, sejumlah 100 sampel. Instrumen pertanyaan (kuesioner) digunakan untuk pengumpulan data dan untuk menganalisis data digunakan uji analisis jalur (*statistic path analysis*) yang dijalankan dengan software AMOS. Hasil analisis diperoleh gambaran mengenai posisi untuk variabel RSQ dan minat beli konsumen yang menunjukkan berada pada katagori tinggi serta keputusan pembelian konsumen berada pada katagori cukup tinggi. Dan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *Retail Service Quality* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli serta berdampak pada keputusan pembelian. Didalam penelitian ini diperoleh temuan empiris penelitian yang menunjukkan bahwa subvariabel interaksi personal dan kebijakan toko berpengaruh secara positif terhadap minat beli, sedangkan subvariabel aspek fisik, kehandalan dan pemecahan masalah berpengaruh terhadap minat beli tetapi nilainya negatif. Ketiga subvariabel tersebut berbanding terbalik dengan kenyataan yang ada. Peneliti berpendapat khusus untuk konsumen di Giant Purwakarta subvariabel aspek fisik, kehandalan dan pemecahan masalah dari RSQ bukan menjadi faktor yang mendorong konsumen untuk mempertimbangkan pembelian/ minat beli. Hal ini diperkuat dengan hasil rekapitulasi gambaran penilaian konsumen berdasarkan karakteristik konsumen dilihat dari demografi, pengalaman serta penilaian konsumen terhadap kelima subvariabel *retail service quality* di Giant Hypermarket Purwakarta. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama subvariabel-subvariabel dari kualitas layanan ritel (RSQ) berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen dan berdampak positif pada keputusan pembelian konsumen. Saran dari penulis adalah diharapkan ada penelitian yang meneliti variabel X dari faktor lain yang mempengaruhi terhadap minat beli dan keputusan pembelian konsumen pada sebuah perusahaan ritel, misalnya meneliti variabel X dari metoda promosi atau *marketing mix*.

Kunci : *Retail Service Quality*, Minat Beli, Keputusan Pembelian