

## ABSTRAK

### Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Mega Prima Swalayan Payakumbuh

Oleh : Yuda Melisa/2012

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh antara persediaan barang, harga, lokasi, promosi serta desain dan tampilan toko pembelian ulang konsumen di Mega Prima Swalayan Payakumbuh.

Jenis penelitian ini adalah kausatif, dimana penelitian ini mengidentifikasi hubungan sebab akibat antara satu variabel dengan variabel lainnya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian pada Mega Prima Swalayan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non- probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Jenis data penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode kuesioner dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan induktif yaitu analisis jalur. Hipotesis diuji dengan uji F dan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) persediaan barang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang konsumen Mega Prima Swalayan Payakumbuh. (2) harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang konsumen Mega Prima Swalayan Payakumbuh. (3) lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang konsumen Mega Prima Swalayan Payakumbuh. (4) promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang konsumen Mega Prima Swalayan Payakumbuh. (5) desain dan tampilan toko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang konsumen Mega Prima Swalayan Payakumbuh.