

**ANALISIS PENGARUH *RETAILING MIX* TERHADAP
PENJUALAN PRODUK PADA PT. TOKO GUNUNG AGUNG
CABANG PLASA TUNJUNGAN II SURABAYA**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



**MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

DIAJUKAN OLEH

TRIA WIDIYA

No. Pokok : 049514975

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

2000

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH *RETAILING MIX* TERHADAP
PENJUALAN PRODUK PADA PT. TOKO GUNUNG AGUNG
CABANG PLASA TUNJUNGAN II SURABAYA

DIAJUKAN OLEH

TRIA WIDIYA

No. Pokok : 049514975

MILIK
PE-POST-AN-
ONIT-AS-
SURABAYA



TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,

DRA. EC. Hj. DWIUTAMIS., MS.

TANGGAL 26 Agustus 2000

KETUA PROGRAM STUDI,

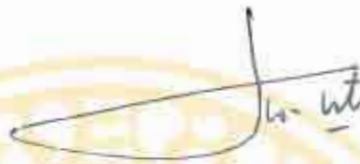
DR. H. AMIRUDDIN UMAR, SE

TANGGAL 29 Agustus 2000

Surabaya 1 Juli 2000

Bimbingan Selesai dan Siap Untuk Diuji

Dosen Pembimbing,



(Dra. Ec Hj. Dwi Utami S., M.S.)



ABSTRAKSI

Toko Buku sebagai salah satu bentuk usaha eceran perlu melakukan analisis kebijakan bauran usaha eceran (*Retailing mix*) yang telah dilakukannya. Sebab dengan mengetahui hasil analisis tersebut perusahaan akan lebih mudah memperkirakan besarnya penjualan berdasar besarnya biaya investasi.

Variabel-variabel bauran usaha eceran yang diteliti meliputi : lokasi toko, barang dagangan, promosi, dan pelayanan. Model analisis yang digunakan diadaptasi dari model *A Marketing Effort Response Function for One Marketing Mix* (McCarthy dan Perreault, 1990:528) dan model *Aliran Manajemen Usaha Eceran* oleh Bellenger dan Goldstucker (1983:85). Teknik analisis yang dipakai adalah analisis regresi linier berganda.

Dari hasil analisis dengan bantuan program SPSS 9.00 (*statistical program for social science*) diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 21.295.208 + 1.387 X_1 + 0.331 X_2 + 10.979 X_3 + 28.638 X_4 + e$$

Persamaan regresi di atas menunjukkan adanya pengaruh *retailing mix* yang meliputi : lokasi toko, barang dagangan, promosi, dan pelayanan terhadap penjualan produk pada PT. Toko Gunung Agung cabang Plasa Tunjungan II Surabaya. Dari hasil analisis model tersebut diperoleh koefisien korelasi ganda (R) sebesar 0,927 dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,859. Setelah melalui pengujian dengan uji F (F-test) diperoleh hasil bahwa lokasi toko, barang dagangan, promosi, dan pelayanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penjualan produk pada PT. Toko Gunung Agung Cabang Plasa Tunjungan II Surabaya. Variabel-variabel tersebut secara *parsial* juga mempunyai pengaruh terhadap penjualan produk secara signifikan, yaitu setelah di uji dengan menggunakan uji t (t-test).