



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

SK BAN – PT NO : 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

**“Pengaruh *Retailing Mix* terhadap *Consumer Preferences*  
pada Toko Olahraga Barcelona Sport Bandung”**

Skripsi

Oleh

Lucky Saputra

2014320071

Bandung

2018

No. Kode	: AB SAP / p / 18
Tanggal	: 22 Januari 2018
No. Ind.	: 8314 - FISIP / SKP 36911
Divisi	:
Nadiah / Beli	:
Dari	: FISIP



**Universitas Katolik Parahyangan  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN – PT NO : 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**“Pengaruh *Retailing Mix* terhadap *Consumer Preferences*  
pada Toko Olahraga Barcelona Sport Bandung”**

Skripsi

Oleh

Lucky Saputra

2014320071

Pembimbing

Fransiska Anita Subari, S.S.,M.M

Bandung

2018



Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**


Nama : Lucky Saputra  
Nomor Pokok : 2014320071  
Judul : Pengaruh *Retailing Mix* terhadap *Consumer Preference*  
pada Toko Olahraga Barcelona Sport Bandung.

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Rabu, 11 Juli 2018  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

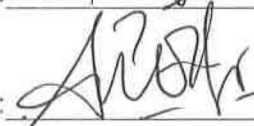
**Ketua Sidang merangkap anggota**

Dr. Rulyusa Pratikto, S.AB., M.SE

  
\_\_\_\_\_

**Sekretaris**

Fransiska Anita Subari, S.S., M.M

  
\_\_\_\_\_

**Anggota**

Marihot Tua Effendi, Drs., M.Si

  
\_\_\_\_\_

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo



## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Lucky Saputra

NPM : 2014320071

Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis/Fakultas Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik

Judul : Pengaruh *Retailing Mix* terhadap *Consumer Preferences* pada Toko Olahraga Barcelona Sport  
Bandung.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 22 Juli 2018

METERAI  
TEMPEL  
C885CAFF108653503  
6000  
ENAM RIBU RUPIAH  
Lucky Saputra



## ABSTRAK

Nama : Lucky Saputra

NPM : 2014320071

Judul : Pengaruh *Retailing Mix* terhadap *Consumer Preference* pada Toko Olahraga Barcelona Sport Bandung.

---

Penelitian ini meneliti sebuah Toko Olahraga yang berada di Kota Bandung. Penelitian ini bertujuan menganalisis efek dari *Retailing Mix* terhadap *Consumer Preferences*. *Retailing Mix* dan *Consumer Preferences* dipilih sebagai variabel di judul penelitian dikarenakan Bauran Ritel sendiri merupakan seperangkat alat untuk pengambilan keputusan dari berbagai aspek pemasaran di dalamnya berupa aspek produk, lokasi, harga, promosi, suasana toko, pelayanan dan orang yang menghasikkan strategi keputusan untuk dilakukan agar konsumen cenderung lebih memilih toko itu dibanding toko lain. Objek penelitian yang digunakan beralamat di Jalan Ahmad Yani no 69 dan bernama Barcelona Sport. Peneliti memilih objek penelitian itu dikarenakan dibanding kompetitornya, Toko Barcelona Sport cenderung lebih banyak pembeli yang cenderung datang dan membeli di toko ini dan menjadikan pilihan tempat berbelanja pilihannya dibanding yang lainnya dilihat berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada pembeli.

Jenis Penelitian ini adalah penelitian eksplanatori dengan metode penelitian survei dan instrumen penelitian kuesioner dan wawancara, dilakukan juga berbagai uji dan kuesioner disebarkan pada 110 sampel yang melakukan pembelian di tempat dan teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling karena disebarkan di Pembeli yg datang pada hari-hari tertentu yang ramai didatangi pengunjung.

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan sebesar 54,6% *Retailing mix* berpengaruh terhadap *Consumer Preferences* di Toko Olahraga Barcelona Sport dilihat berdasarkan R square yang dihitung dan sisanya sebesar 45,4% adalah faktor yang tidak diteliti berupa produk, kemasan, pengalaman berbelanja di masa lalu, kualitas produk yang dijual, variasi produk yang dijual dan loyalitas.

Peneliti memberikan saran berdasarkan penelitian yang dilakukan berupa Toko Barcelona Sport harus mempertahankan citra, harga, pelayanan dan kekonsistensian dari barang yang dijual agar tetap variatif.



## ABSTRACT

Name : Lucky Saputra

NPM : 2014320071

Title : *The Effect of Retailing Mix to Consumer Preference on Sport Store Barcelona Sport Bandung.*

---

*Consumers commonly consider several things in obtaining their needs. First, they prefer to place where they certainly can find products they need, therefore product assortment is essential. Then they also consider convenience, price and service. Information is also important especially when the consumers are lack of knowledge about the product. Retailers as marketing channel which target the end users should be able draw preference of their consumers, especially when they are located nearby the competitors of similar stores.*

*Barcelona Sport, a store specializes in selling sports equipment is located nearby other similar stores. The fact that this store is relatively visited by more consumers makes it interesting to look closer therefore a research is conducted to find out consumer's attitude towards its marketing mix dimensions which covers product, location, price, promotion, store atmosphere, service and people. Furthermore, this study aims to find out whether the marketing mix affects the consumer preference.*

*Literature study was conducted to support the model of this research. Primary data were collected by distributing questionnaire to 100 respondents. The result shows that retailing mix contributes 54.6% on consumer preference at Barcelona Sport. The partial tests shows that all marketing mix dimensions have significant correlation on the consumer preference.*

*Referring to the result, the store is suggested to maintain and improve several aspects related to marketing mix, for example maintaining the consistency of product assortments, the store convenience etc.*

*Keywords: Retailing Mix, Consumer Preferences*

## KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, yang telah memberikan hikmat dan kemampuan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ Pengaruh *Retailing Mix* terhadap *Consumer Preferences* pada Toko Olahraga Barcelona Sport Bandung.

Adapun maksud penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Fakultas FISIP Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Dalam menyusun skripsi ini, penulis menyadari bahwa hasil yang disajikan dalam skripsi ini tidak lepas dari kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari pembaca.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan banyak ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, dukungan, doa serta semangat yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih dengan tulus penulis sampaikan kepada yang terkasih dan terhormat :

1. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
2. Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis.

3. Kedua orang tua saya Drs. Suseno Saputra dan Jeni, dan adik penulis Agnes Dwi Saputra, terima kasih buat kasih sayang, semangat, doa dan dukungan yang tidak henti-hentinya sudah diberikan kepada penulis.
4. Ibu Fransiska Anita Subari S.S.,M.M yang telah bersedia meluangkan waktu tenaga dan pikiran untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak/Ibu dosen dan staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang memberikan ilmu yang bermanfaat serta membantu penulis selama proses perkuliahan.
6. Ibu Mulyani dan Bapak Sugianto selaku pemilik dari Toko Olahraga Barcelona Sport Bandung yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dan memberikan informasi serta data yang dibutuhkan.
7. Diana Natalia Harini sebagai teman terdekat, kekasih dan sahabat yang selalu menemani dalam proses pembuatan skripsi. Terimakasih selalu memberikan semangat dan menghibur penulis dalam menyelesaikan skripsi.
8. Darien Limarga, Lavenia Faustine, Daniel Andersen, Monita Sutedja dan Richard Andreas sebagai teman seperjuangan dan menjadi sahabat dalam menyelesaikan tugas akhir dan semasa kuliah, terimakasih telah berbagi informasi, memberikan semangat dan hiburan serta menjadi tempat berbagi keluh kesah selama menyelesaikan skripsi.
9. Hans Rinaldi, Rafael Grady, Christo Sebastian dan Ricky Wijaya sebagai sahabat yang nan jauh disana meskipun jarak memisahkan namun selalu



memberikan semangat kepada penulis dengan memberikan hiburan ditengah-tengah kejenuhan dalam menyelesaikan skripsi.

10. William Davis, Jonathan Theofilus dan Tomy Gunawan sebagai teman yang memberikan hiburan, semangat dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
11. Kedua Sepupu saya Cahya Handoyo dan Geary Giaviany yang sudah saya anggap sebagai kakak sendiri dan selalu memberikan masukan dan menemani dan menghibur saya.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang memerlukannya, terutama bagi mahasiswa di Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Bandung, 18 Juni 2018



## Daftar Isi

ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR TABEL .....	x
Daftar <i>Figure</i> .....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Kegunaan Penelitian .....	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	7
2.1 Landasan teori .....	7
2.1.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran .....	7
2.1.2 Marketing Mix .....	9
2.1.3 <i>Retail</i> .....	12
2.1.4 Bauran Ritel .....	15
2.2 Brand Preference .....	23
2.2.1 Definisi Brand Preference .....	23

2.3	Penelitian Terdahulu.....	26
BAB 3	METODE OBJEK PENELITIAN.....	32
3.1	Jenis Penelitian.....	32
3.2	Metode Penelitian.....	32
3.3	Model Penelitian.....	33
3.4	Hipotesis Penelitian.....	34
3.5	Operasionalisasi Variabel.....	34
3.6	Populasi dan Sampel .....	38
3.7	Tehnik Sampling .....	38
3.8	Jenis Pengumpulan data .....	39
3.9	Teknis Analisis Data .....	40
3.9.1	Uji Validitas .....	41
3.9.2	Uji Reliabilitas .....	41
3.10	Uji Asumsi Klasik .....	42
3.10.1	Analisis Koefisien Korelasi.....	42
3.10.2	Uji Normalitas.....	44
3.10.3	Uji Linier.....	44
3.11	Analisis Koefisien Determinasi.....	45
3.12	Pengujian Hipotesis.....	46
BAB 4	OBJEK PENELITIAN .....	48

4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian dan Karakteristik Responden .....	48
4.1.1	Sejarah Singkat Toko Olahraga Barcelona Sport Bandung .....	48
BAB 5	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
5.1	Profil Responden .....	53
5.2	Pengujian Kualitas Alat Ukur Penelitian.....	57
5.2.1	Pengujian Validitas .....	57
5.2.2	Pengujian Reliabilitas.....	59
5.3	Analisis Data Deskriptif .....	59
5.4	Distribusi Tanggapan Responden Mengenai <i>Retailing Mix</i> .....	60
5.4.1	Distribusi Tanggapan Responden mengenai Consumer Preferences 68	
5.5	Kategorisasi Variabel .....	71
5.5.1	Kategorisasi Variabel <i>Retailing Mix</i> .....	71
5.5.2	Kategorisasi Variabel Consumer Preference .....	73
5.6	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	75
5.6.1	Pengujian Asumsi Normalitas.....	76
5.6.2	Koefisien Korelasi.....	77
5.6.3	Uji Korelasi Dimensi variabel <i>Retailing Mix</i> terhadap <i>Consumer Preferences</i> menggunakan Spearman : .....	79
5.6.4	Regresi Linier Sederhana .....	79

5.6.5	Pengujian Hipotesis.....	81
5.7	Koefisien Determinasi.....	83
BAB 6	KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
6.1	Kesimpulan.....	85
6.2	Saran.....	87
	Daftar Pustaka.....	89
	Lampiran.....	1

## DAFTAR TABEL



Tabel 3.5-1 Operasionalisasi Variabel .....	37
Tabel 3.10-1 Pedoman Koefisien Korelasi .....	43
Tabel 5.1-1 Profil Responden Dilihat dari Jenis Kelamin .....	53
Tabel 5.1-2 Profil Responden dilihat dari Usia.....	54
Tabel 5.1-3 Profil Responden Dilihat berdasarkan Pekerjaan .....	54
Tabel 5.1-4 Profil Responden Dilihat dari Pendapatan.....	55
Tabel 5.1-5 Profil Responden Dilihat dari Tujuan Pembelian.....	55
Tabel 5.1-6 Profil Responden Dilihat dari Seringnya Melakukan Pembelian .....	56
Tabel 5.1-7 Profil Responden Dilihat dari Sumber Informasi Mengenai Toko....	57
Tabel 5.2-1 Hasil Uji Validitas 40 Responden.....	58
Tabel 5.2-2 Hasil Rekapitulasi Uji Reabilitas 40 Responden .....	59
Tabel 5.5-1 Rekapitulasi Hasil Kategorisasi Variabel Retailing Mix.....	72
Tabel 5.5-2 Rekapitulasi Hasil Variabel Consumer Preference.....	74
Tabel 5.6-1 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov.....	77
Tabel 5.6-2 Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	78
Tabel 5.6-3 Hasil Uji Regresi Linier.....	80
Tabel 5.6-4 Rekapitulasi Hasil Uji T Parsial Variabel X per Dimensi terhadap Variabel Y .....	82
Tabel 5.6-5 Hasil Uji F.....	83
Tabel 5.7-1 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	84



## Daftar *Figure*

Figure 4-1 Foto Toko Tampak Depan.....	51
Figure 4-2 Foto Suasana Di Dalam Toko .....	52
Figure 4-3 Foto Etalase Produk dijual .....	52
Figure 5-1 Garis Kontinum Variabel Retailing Mix.....	73
Figure 5-2 Garis Kontinum Variabel Consumer Preference.....	75
Figure 5-3 Grafik Probabilitas Plot.....	76



## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar belakang Masalah

Olahraga adalah aktivitas untuk melatih tubuh seseorang, tidak hanya secara jasmani tetapi secara rohani juga. Selain itu olahraga pun bisa dijadikan kesenangan atau hobby dikarenakan olahraga dikatakan sebagai aktivitas yang menyenangkan serta menghibur untuk manusia. Olahraga juga bisa dijadikan salah satu sumber utama dari hiburan yang dimana karena adanya olahraga, membuat muncul pendukung olahraga dan komunitas yang dibagi dalam beberapa besar orang yang bisa disiarkan lewat tayangan olahraga. Manfaat olahraga sendiri bagi tubuh dapat membantu melindungi penyakit seperti *stroke*, jantung, diabetes, hipertensi dan obesitas.

Olahraga sendiri jenisnya bermacam-macam seperti sepak bola, futsal, bulu-tangkis, basket, tennis meja, tennis, lari, bersepeda, berenang dll. Karena adanya atlet-atlet yang berprestasi dan mengharumkan nama bangsa seperti halnya daerah bandung yang memiliki "Persib Bandung", masyarakat pun cenderung terus mengidolakan dan juga ingin layaknya memakai peralatan olahraga yang sesuai dan aman bagi keselamatan berolahraga mereka, maka dari itu mereka mencari peralatan olahraga di toko-toko yang menjual berbagai macam peralatan olahraga.

Masyarakat juga cenderung ingin melakukan olahraga seperti layaknya pemain atlet yang diidolakannya, dengan cara bergaya berpenampilan layaknya atlet



idolannya, dari situ kita bisa melihat juga banyak masyarakat kota Bandung yang dimana berperilaku konsumtif dalam memenuhi kebutuhan peralatan olahraganya yang dimana antara lain seperti sepatu, baju, kacamata, raket dll dan juga banyak lagi hal yang dimana menjadi faktor dalam pemenuhan kebutuhan olahraga masyarakat seperti halnya, acara walikota (Gerak Jalan), acara pertandingan sekolah, pertandingan antar kota dll.

Toko yang diteliti oleh penulis, adalah sebuah toko yang dianggap menarik diteliti dikarenakan toko ini merupakan toko olahraga yang menjual berbagai macam peralatan olahraga yang berlokasi di Jl. Ahmad Yani no 69 dan disekitarnya juga oleh kompetitor dan toko ini terlihat lebih memiliki banyak pelanggan yang berbelanja di tokonya di banding toko lain.

Menurut hasil *pre-research* yang dilakukan penulis pada 15 responden di Toko Olahraga Barcelona Sport Bandung, disimpulkan bahwa 7 jawaban dari responden yang mengatakan sudah sangat sering berbelanja di Toko Barcelona, 3 jawaban dari responden yang mengatakan sudah sering berbelanja di Toko Barcelona, 2 jawaban dari responden yang mengatakan sudah cukup sering berbelanja di Toko Barcelona, 2 jawaban dari responden mengatakan jarang berbelanja di Toko Barcelona dan 1 jawaban dari responden yang mengatakan pertama kali lalu dilihat dari pertanyaan ke 2 yang bertanya pada responden apakah membandingkan untuk berbelanja di Toko Barcelona menjawab bahwa 5 orang menjawab Ya untuk membandingkan terdahulu sebelum berbelanja di Toko Barcelona dan 10 orang menjawab Tidak untuk membandingkan sebelum berbelanja di Toko Barcelona. Lalu selanjutnya dilihat dari pertanyaan ke 3 apakah

membandingkan dahulu dengan Toko online sebelum berbelanja di Toko Barcelona, 5 orang menjawab membandingkan dahulu dan 10 orang tidak membandingkan dengan Toko online. Dan lanjut ke pertanyaan 4 didapat kesimpulan bahwa 10 orang menjawab Toko Barcelona menyediakan produk yang lengkap, 10 orang menjawab harga yang didapat lebih murah, 5 orang mengatakan lokasi yang strategis, 6 orang menjawab berbelanja dapat rekomendasi untuk berbelanja di Toko Barcelona, 3 orang menjawab ada fasilitas bisa membayar non-tunai, 3 orang menjawab pemilik dan pegawai memberi keterangan, 5 orang mengatakan berbelanja di sana dikarenakan toko ramai dan 5 orang mengatakan berbelanja dikarenakan pemilik dan pegawai ramah.

Usaha ritel atau eceran (*retailing*) dapat dipahami sebagai semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen akhir yang bertujuan sebagai penggunaan pribadi dan bukan penggunaan bisnis. Ritel juga merupakan perangkat dari aktivitas bisnis dalam melakukan penambahan nilai terhadap produk dan layanan penjualan kepada para konsumen untuk penggunaan perorangan atau keluarga. Peran *Retailing mix* (bauran eceran) sangatlah penting dan berpengaruh sekali, tanpa adanya *Retailing mix* yang tepat bagi perusahaan eceran akan mengalami kesulitan dalam pemasarannya, oleh karena itu ada enam bauran eceran (*Retailing mix*) yang benar-benar harus diperhatikan diantaranya : keluasan dan kedalaman keragaman produk (*product*), keputusan penetapan harga dalam setiap produk (*price*), penempatan lokasi yang startegis dalam bersaing (*place*), memperkenalkan merek dalam benak konsumen (*promotion*), suasana atau atmosfer dalam gerai yang sekiranya menentukan

konsumen dalam pengambilan keputusan membeli atau tidak (*presentation*), pelayanan pelanggan dan penjualan pribadi (*personnel*). Sebab titik berat pandangan konsumen adalah barang yang sesuai dengan keinginannya serta kebutuhannya. (Charles Lamb 2001) yang dikutip oleh M.Misbakhul (2011)

Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan begitu maka produk dapat bersaing di pasaran, sehingga menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan. Keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen dan bisa membuat konsumen tertarik untuk mencoba dan kemudian akan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk tersebut.

Banyak pula faktor dari suatu toko lebih memiliki banyak pelanggan dan konsumen yang berbelanja, yaitu dikarenakan "*costumer preferences*" yang dimana konsumen lebih memilih untuk berbelanja di toko itu dibanding toko lain yang sejenis.

Objek penelitian yang digunakan adalah sebuah Toko yang berda di daerah Kosambi yang bernama Toko Barcelona Sport, disitu terlihat bahwa yang menarik dari toko itu adalah toko itu dikelilingi oleh kompetitor sejenisnya yang menjual peralatan olahraga juga, akan tetapi Toko Barcelona Sport itu selalu lebih ramai dibanding kompetitor sejenisnya yang bisa dibilang dia pemimpin pasar peralatan olahraga di daerah itu. Toko Barcelona Sport sendiri sudah lama berdiri dan menjual berbagai peralatan olahraga yang dimana menyediakan berbagai merk

terkenal, seperti Nike, Adidas, Specs, Mizuno, Puma, Li-ning, Yonex dll. Dari case ini didapat judul penelitian yaitu **“Pengaruh *Retailing Mix* terhadap *Consumer Preference* di Toko Barcelona Sport Bandung”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah pengaruh bauran pemasaran ritel yang dilakukan Toko olahraga ini yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen, karena hal dari bauran pemasaran ritel yang dilakukan dapat mempengaruhi perilaku konsumen akan kepuasan untuk melakukan pembelian berulang atau dengan kata lain menjadi pelanggan/Consumer tetap.

Untuk dapat menjawab penelitian tersebut, digunakan beberapa pertanyaan :

1. Bagaimana sikap konsumen terhadap bauran pemasaran di Toko Barcelona Sport Bandung?
2. Apakah terdapat pengaruh bauran pemasaran ritel terhadap *Consumer Preference* di Toko Barcelona Sport Bandung secara parsial maupun simultan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana sikap konsumen terhadap bauran pemasaran di Toko Barcelona Sport Bandung?
2. Untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran ritel terhadap *Consumer Preference* di Toko Barcelona Sport Bandung secara parsial maupun simultan.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **a. Secara Teoritis**

Penelitian ini diharapkan mampu membawa kontribusi positif untuk pengembangan dan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Pemasaran.

### **b. Secara Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi manajemen Toko Barcelona Sport untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam upaya meningkatkan volume penjualan dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian kembali dan berkembang