



PENGARUH RETAIL MIX DAN EXPERIENCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEMBALI DI MINIMARKET LOKAL LOMBOK TIMUR

SALSABILA ALFIAN PUTRI



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik *IPB University*

IPB University



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa Tesis dengan judul “Pengaruh *Retail Mix* dan *Shopping Experience* terhadap Keputusan Pembelian Kembali di Minimarket lokal Lombok Timur” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir Tesis ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Januari 2026

Salsabila Alfian Putri
K1501241135

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



RINGKASAN

SALSABILA ALFIAN PUTRI. Pengaruh *Retail Mix* dan *Shopping Experience* terhadap Keputusan Pembelian Kembali di Minimarket lokal Lombok Timur. Dibimbing POPONG NURHAYATI dan RR HENY KUSWANTI SUWARSINAH

Industri ritel menunjukkan pertumbuhan yang signifikan seiring dengan transformasi digital dan perubahan perilaku konsumen. Nilai industri ritel global diproyeksikan mencapai sekitar USD 27 triliun pada tahun 2025 dan terus meningkat hingga mendekati USD 37 triliun pada tahun 2030, dengan pertumbuhan tahunan yang relatif stabil. Tren ini juga tercermin di Indonesia, di mana sektor ritel mengalami pemulihan pascapandemi dengan pertumbuhan positif pada periode 2021–2024, meskipun menunjukkan fluktuasi seiring dinamika daya beli dan kondisi ekonomi makro. Ekspansi ritel modern, khususnya minimarket, berlangsung hingga ke wilayah nonperkotaan dan meningkatkan persaingan antara minimarket jaringan nasional dan minimarket lokal, termasuk di Kabupaten Lombok Timur.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran ritel dan pengalaman berbelanja terhadap keputusan pembelian ulang konsumen minimarket lokal di Kabupaten Lombok Timur dengan menggunakan TPB (sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku), dan niat beli sebagai variabel mediasi. Penelitian ini difokuskan pada pemahaman mekanisme perilaku konsumen dalam membentuk keputusan pembelian kembali di tengah persaingan ritel modern yang semakin ketat.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan dari 206 responden yaitu pelanggan yang telah melakukan pembelian di minimarket lokal di Kabupaten Lombok Timur melalui kuesioner terstruktur. Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling berbasis *Partial Least Squares* untuk menguji hubungan antar variabel serta peran mediasi dalam model penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran ritel berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap, persepsi kontrol perilaku, dan niat beli konsumen, yang selanjutnya mendorong keputusan pembelian ulang. Pengalaman berbelanja juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap dan persepsi kontrol perilaku serta meningkatkan niat beli konsumen dan pada akhirnya berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian ulang. Norma subjektif tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap niat beli, yang menunjukkan bahwa keputusan pembelian ulang konsumen minimarket lokal lebih banyak dipengaruhi oleh pengalaman pribadi dan persepsi kemudahan berbelanja dibandingkan tekanan sosial.

Penelitian ini menegaskan bahwa loyalitas konsumen minimarket lokal lebih banyak dipengaruhi oleh faktor internal konsumen yang dimediasi oleh sikap, persepsi kontrol perilaku, dan niat beli, sementara norma subjektif berperan relatif lemah. Implikasinya, pengelola perlu memprioritaskan peningkatan kualitas layanan, penataan toko, serta kemudahan akses dan pembayaran digital untuk memperkuat pengalaman berbelanja dan mendorong pembelian ulang yang berkelanjutan.

Kata Kunci: bauran ritel, pengalaman berbelanja, keputusan pembelian ulang, loyalitas konsumen, niat beli.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PENGARUH RETAIL MIX DAN SHOPPING EXPERIENCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KEMBALI MINIMARKET LOKAL LOMBOK TIMUR

SALSABILA ALFIAN PUTRI

Tesis
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Manajemen
pada
Program Studi Manajemen dan Bisnis

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Tim Penguji pada Ujian Tesis:

1. Prof. Dr. Ir. Hartoyo, M.S.c.
2. Dr. Nimmi Zulbainarni, S.Pi., M.Si



Nama : Salsabila Alfian Putri
NIM : K1501241135

Pembimbing 1:
Dr. Ir. Popong Nurhayati, M.M.

Pembimbing 2:
Dr. Ir. Rr. Heny Kuswanti Suwarsinah, M.Ec.

Ketua Program Studi Pascasarjana
Manajemen dan Bisnis:
Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc.
NIP. 196009161986011001

Dekan Sekolah Bisnis:
Prof. Dr. Ir. Noer Azzam Achsani, M.S.
NIP. 196812291992031016

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan berkah dan rahmat-Nya, sehingga penelitian yang berjudul “Pengaruh *Retail Mix* dan *Shopping Experience* terhadap Pembelian Kembali Pelanggan Minimarket lokal di Lombok Timur” ini dapat selesai dengan sebaik- baiknya.

Dalam penulisan karya ilmiah ini banyak kesulitan yang ditemui, namun berkat bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak akhirnya karya ilmiah ini dapat diselesaikan. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Ir. Popong Nurhayati, M.M. dan ibu Dr. Ir. Rr. Heny Kuswanti Suwarsinah, M.Ec selaku dosen pembimbing tesis yang telah memberikan bimbingan, dukungan, arahan, dan saran dalam penelitian ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Hartoyo, M.S.c. dan Ibu Dr. Nimmi Zulfainarni, S.Pi., M.Si. selaku dosen penguji pada sidang tesis yang telah memberikan masukan dalam penelitian ini.
3. Dosen Sekolah Bisnis IPB dan tenaga pendidik Sekolah Bisnis yang telah mendidik, membimbing, dan membantu penulis selama perkuliahan.
4. Kedua orang tua yaitu Bapak Andre Alfian dan Ibu Dewi Sulistiawaty yang telah memberikan dukungan, doa, perhatian, dan kasih sayang selama menempuh pendidikan.
5. Keluarga tercinta Bani Jilong dan Yahya Rosidi *Family* yang telah memberikan dukungan, doa, perhatian, dan kasih sayang
6. Teman-teman terdekat penulis Yafi, Zhafirah, Elai, Vian, Kak Fira, Bang Hakim, Kak Gebi, Kak Thania, Kak Nami, Kak Nanda, Bang Alex, Oya, Melin, Zahra dan Ila yang telah kebersamai penulis dan memberikan dukungan dan menghibur selama merumuskan Tesis.
7. Teman-teman E89 yang telah kebersamai penulis dan memberikan dukungan dan menghibur selama merumuskan Tesis.
8. Keluarga besar Sekolah Bisnis, khususnya teman SB Angkatan E89 yang senantiasa memberikan dukungan kepada penulis.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Januari 2026

Salsabila Alfian Putri

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan	7
1.4 Manfaat	8
1.5 Ruang Lingkup	8
II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Karakteristik Demografis Pelanggan	9
2.2 Teori Pasar	9
2.3 Minimarket	10
2.4 Minimarket Lokal	11
2.5 Bauran Pemasaran	12
2.6 Konsep <i>Retail Mix</i>	12
2.7 <i>Shopping Experience</i>	14
2.8 Niat Beli	15
2.9 <i>Theory of Planned Behaviour</i> (TPB)	15
2.10 Keputusan Pembelian Kembali pada Retail	16
2.11 Pengaruh Retail Mix terhadap TPB	17
2.12 Pengaruh Pengalaman Berbelanja (<i>Shopping Experience</i>) terhadap TPB	17
2.13 Pengaruh <i>Shopping Experience</i> dan <i>Retail Mix</i> terhadap Keputusan Pembelian Kembali	18
2.14 Pengaruh Niat Beli terhadap Keputusan Pembelian Kembali	19
2.15 Penelitian Terdahulu	20
2.16 Model Konseptual	22
2.17 Kerangka Pemikiran	23
III METODE	27
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	27
3.2 Jenis dan Sumber Data	27
3.3 Teknik Pengumpulan Data dan Informasi	27
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	28
3.5 Variabel Penelitian	28
3.6 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	31
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Karakteristik Demografis Pelanggan	35
4.2 Hubungan Karakteristik Demografis dengan Keputusan Pembelian Kembali	45
4.3 Analisis Pengaruh <i>Retail Mix</i> dan <i>Shopping Experience</i> terhadap Keputusan Pembelian Kembali Pelanggan	47



DAFTAR ISI (LANJUTAN)

4.4	Uji Hipotesis Langsung	56
4.5	Uji Hipotesis Tidak Langsung	65
4.6	Rekomendasi	77
4.7	Implikasi manajerial	83
	SIMPULAN	84
5.1	Simpulan	84
5.2	Keterbatasan Penelitian	84
5.3	Saran	85
	DAFTAR PUSTAKA	87
	LAMPIRAN	95
	RIWAYAT HIDUP	102

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

1	Penelitian terdahulu	20
2	Definisi operasional	28
3	Ukuran kriteria kesesuaian model	34
4	<i>Over view</i> nilai analisis statistik deskriptif	35
5	Karakteristik berdasarkan umur pelanggan minimarket lokal di Lombok Timur tahun 2025	36
6	Karakteristik berdasarkan jenis kelamin pelanggan minimarket lokal di Lombok Timur tahun 2025	37
7	Karakteristik berdasarkan tingkat pendidikan pelanggan minimarket lokal di Lombok Timur tahun 2025	37
8	Karakteristik berdasarkan pendapatan pelanggan minimarket lokal di Lombok Timur tahun 2025	38
9	Karakteristik berdasarkan pekerjaan pelanggan minimarket lokal di Lombok Timur tahun 2025	39
10	Karakteristik berdasarkan kecamatan pelanggan minimarket lokal di Lombok Timur tahun 2025	40
11	Karakteristik berdasarkan lokasi tempat tinggal pelanggan minimarket lokal di Lombok Timur tahun 2025	41
12	Karakteristik berdasarkan status pernikahan pelanggan minimarket lokal di Lombok Timur tahun 2025	41
13	Karakteristik berdasarkan preferensi saluran pembelian pelanggan minimarket lokal di Lombok Timur tahun 2025	42
14	Karakteristik berdasarkan berdasarkan frekuensi berbelanja pelanggan minimarket lokal di Lombok Timur tahun 2025	43
15	Karakteristik berdasarkan preferensi pelanggan terhadap jenis minimarket di Lombok Timur tahun 2025	43
16	Karakteristik berdasarkan niat pembeli berbelanja pelanggan minimarket lokal di Lombok Timur tahun 2025	44
17	Pendidikan, pendapatan dan keputusan pembelian kembali	46
18	Jawaban responden minimarket lokal di Lombok Timur tahun 2025	47
19	Nilai <i>outer loading</i>	51
20	<i>Average variance extracted</i>	52
21	Validitas diskriminan (<i>discriminant validity</i>)	53
22	Nilai <i>composite reliability</i>	54
23	<i>Model fit</i>	54
24	Nilai <i>R-Square</i>	55
25	<i>Path coefficient, T statistics dan P values</i> efek langsung	56
26	<i>Path coefficient, T statistics dan P values</i> efek tidak langsung	65



DAFTAR GAMBAR

1	Proyeksi pertumbuhan industri ritel global tahun 2025 sampai 2030	1
2	Tren penjualan ritel Indonesia 2016-2025	2
3	Tempat pemilihan berbelanja masyarakat Indonesia (2024)	2
4	Jumlah ritel modern di Lombok Timur 2014-2023	3
5	Pertumbuhan jumlah minimarket di Lombok Timur tahun 2014-2023	4
6	Kerangka konseptual	22
7	Kerangka pemikiran	26
8	Karakteristik produk yang sering dibeli pelanggan minimarket lokal di Lombok Timur tahun 2025	45
9	Nilai <i>loading factor</i> sebelum eliminasi	49
10	<i>Loading factor</i> setelah dieliminasi	51

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner Penelitian	96
---	----------------------	----