

**ANALISIS ATRIBUT WARUNG PENGECEER
YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM PEMILIHAN
TEMPAT BERBELANJA**

(Studi Kasus Pada Beberapa Warung Pengecer Model Swalayan Di Kecamatan
Kasih Kabupaten Bantul)

SKRIPSI



Oleh :

ASTUTI YAKUDANA

12133200056

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
2016**

**ANALISIS ATRIBUT WARUNG PENGECEK
YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM PEMILIHAN
TEMPAT BERBELANJA**

SKRIPSI



Oleh :

ASTUTI YAKUDANA

NIM. 12133200056

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
2016**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis Atribut Warung Pengecer yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pemilihan Tempat Berbelanja (Studi Kasus Pada Beberapa Warung Pengecer Model Swalayan di Kecamatan Kasihan Kabupaten Bantul) baik secara persial maupun simultan.

Penelitian ini dilakukan di 3 Warung Pengecer Model Swalayan di Kecamatan Kasihan Kabupaten Bantul (Toko Citra Madina, Toko Damai, Toko Nitipuran) pada tahun 2015. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah maupun sedang berbelanja di 3 Warung Pengecer Model Swalayan yang ada di kecamatan Kasihan Kabupaten Bantul. Penelitian ini mengambil sampel dengan jumlah responden 100 konsumen dengan metode *Accidental Sampling* dan dianalisis dengan menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable harga (X_1) secara persial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja dibuktikan dengan hasil statistic nilai t sebesar 2,489 dengan nilai signifikansi sebesar $0,015 < 0,05$. Variabel kualitas dan keragaman produk (X_2) nilai t sebesar 2,371 dengan nilai signifikansi sebesar $0,020 < 0,05$, dengan demikian variable kualitas dan keragaman produk (X_2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja (Y). variable fasilitas toko (X_3) nilai t sebesar 2,677 dengan nilai signifikansi sebesar $0,009 < 0,05$, dengan demikian variable fasilitas toko (X_3) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja (Y). variable pelayanan (X_4) nilai t sebesar 2,456 dengan nilai signifikansi sebesar $0,016 < 0,05$, dengan demikian variable pelayanan (X_4) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja (Y). variable lokasi (X_5) nilai t sebesar 2,237 dengan nilai signifikansi sebesar $0,028 < 0,05$, dengan demikian variabel lokasi (X_5) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja (Y). hasil uji F dengan nilai F_{hitung} 41,802 dan signifikansi 0,000. Hasil ini membuktikan bahwa variabel harga, kualitas dan keragaman produk, fasilitas toko, pelayanan, dan lokasi secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja. Dari hasil pengujian koefisien detrmnasi nilai *Adjusted R²* sebesar 0,673, dalam hal ini berarti 67,3% variasi dari keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja bias dijelaskan oleh variasi dari variabel harga, kualitas dan keragaman produk, fasilitas toko, dan lokasi, sedangkan sisanya sebesar 32,7% dijelaskan oleh variabel lain.

Kata Kunci: harga, kualitas dan keragaman produk, fasilitas toko, pelayanan, lokasi dan keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja.

ABSTRACT

This study aims to determine the attribute analysis stall retailers that influence consumer decisions in selecting a place to (case studies on same models of self service retail shop in Kasihan Subdistrict and Bantul District) either partially or simultaneously.

This study was done in 3 self-service retailers in Kasihan Subdistrict and Sleman District (Citra Madina Store, Damai Store, and Nitipuran Store) in 2015. The population in this study are all consumers who ever and who was shopped at 3 self-service retailers in Kasihan Subdistrict and Bantul District. This study took a sample of 100 consumers as the respondents with Accidental Sampling Method and analyzed using multiple regression analysis.

The results showed that the variable of price (X_1) has a partial positive and significant effect on consumer decision in selecting a place to shop evidenced by the statistics value of 2.489 with a significance value of $0.0015 < 0.05$. variable of a quality and diversity of products (X_2) have t value of 2.371 with a significance value of $0.020 < 0.05$, thus the quality and diversity of products variable (X_2) has a positive and significant effect on consumer decision in selecting a place to shop (Y). variable of shop facilities (X_3) has t value of 2.677 with a significance value of $0.009 < 0.05$, thus the store facilities variable (X_3) has a positive and significant effect on consumer decision in selecting a place to shop (Y). service variable (X_4) has t value of 2.456 with a significance value of $0.016 < 0.05$, thus the services variable (X_4) has a positive and significant effect on consumer decision in selecting a place to shop (Y). location variable (X_5) has t value of 2.237 with a significance value of $0.028 < 0.05$, thus the location variable (X_5) has a positive and significant effect on consumer decision in selecting a place to shop (y). the results of the F test showed a significance value of F 41.802 and 0.000. these results prove that the variable of price, quality and diversity of product, shop facilities, services, and locations simultaneously or together has a positive and significant influence the consumers decision in selecting a place to shop. From the test result determinasi coefficient Adjusted R^2 value of 0.673, in this case means 67.3% of the variation on consumer decision in selecting a place to shop can be explained by the variation of the variable price, quality and diversity of product, shop facilities, and location, while the remaining 32.7% is explained by other variable.

Keyword : price, quality and diversity of products, shop facilities, service, location and consumer decision in selecting a place to shop.

**ANALISIS ATRIBUT WARUNG PENGECEK
YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM PEMILIHAN
TEMPAT BERBELANJA**



Yogyakarta, 5 Februari 2016

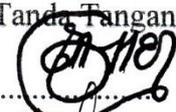
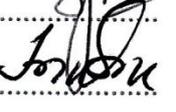
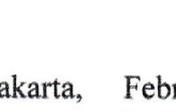
Pembimbing

Dra. Murti Sumarni, MM

NIP.19530921 198103 2 001

HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI
ANALISIS ATRIBUT WARUNG PENGECEK
YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM PEMILIHAN
TEMPAT BERBELANJA



Nama lengkap	Tanda Tangan	Tanggal
1. Ketua : Hari Purnama, S.E., M.M.	
2. Sekretaris : Fitri Susilowati, S.E., M.Sc.	
3. Penguji I : Lilik Siswanta, S.E., M.M.	
4. Penguji II : Dra. Murti Sumarni, M.M.	

Yogyakarta, Februari 2016
Fakultas Ekonomi
Universitas PGRI Yogyakarta



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Astuti Yakudana
No. Mahasiswa : 12133200056
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Analisis Atribut Warung Pengecer Yang Mempengaruhi
Keputusan Konsumen Dalam Pemilihan Tempat Berbelanja

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan pekerjaan saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya aku sebagai hasil tulisan atau hasil pemikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, dikenakan sanksi tergantung dari berat ringannya tindakan plagiasi yang dilakukan. Sanksi dapat berupa perbaikan skripsi dan ujian ulang, melakukan penelitian baru, atau pencabutan ijazah S1.

Yogyakarta, Februari 2016

Yang membuat pernyataan,



Astuti Yakudana

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Barang siapa bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhannya itu adalah untuk dirinya sendiri.” (QS Al-Ankabut [29]: 6)

“Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri, dan jika kamu berbuat jahat, maka kejahatan itu untuk dirimu sendiri.” (QS. Al-Isra’: 7)

“Jadilah seperti karang di lautan yang kuat dihantam ombak dan kerjakanlah hal yang bermanfaat untuk diri sendiri dan orang lain, karena hidup hanyalah sekali. Ingat hanya pada Allah apapun dan dimanapun kita berada kepada Dia-lah tempat meminta dan memohon.”

Persembahan :

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

1. Kedua orang tuaku, bapak Muhammad Salim dan Ibu Marhamah.
2. Adikku Imelda Suriyani.
3. Keluarga besarku.
4. Temen-temenku seperjuangan Manajemen 2012.
5. Almamaterku Universitas PGRI Yogyakarta.

KATA PENGANTAR

Atas berkah dan rahmat Allah SWT, maka skripsi ini dapat penulis selesaikan. Penulisan skripsi ini merupakan keajiban dan sebagai tugas akhir mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta.

Penulis sangat berterima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah menganugraahkan kepada penulis kemampuan berpikir sehingga skripsi ini dapat selesai tepat pada waktunya.
2. Bapak Prof. Dr. Buchory MS, M.Pd. Rektor Universitas PGRI Yogyakarta.
3. Bapak Hari Purnama, S.E, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta.
4. Bapak Lilik Siswanta, S.E, M.M. Ketua Program Studi Manajemen Universitas PGRI Yogyakarta.
5. Ibu Dra. Murti Sumarni, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, bimbingan dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
6. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi yang telah mengajarkan ilmu kepada saya serta memberi motivasi untuk terus maju.
7. Bapak/ibu selaku pemilik Warung Pengecer Model Swalayan di Kecamatan Kasihan Kabupaten Bantul (Toko Citra Madina, Toko Damai, Toko Nitipuran).
8. Seluruh responden yang telah rela meluangkan waktu untuk penulis, terimakasih atas kerjasamanya.

9. Bapak dan ibuku tersayang, terimakasih atas do'a, kasih sayang, serta perhatian yang tak terhingga.
10. Sahabat-sahabatku: Nia, Ayu, Arum dan Hardimansyah terimakasih untuk persahabatan yang telah kalian berikan kepadaku, terimakasih untuk semua nasehat, perhatian yang telah kalian berikan untukku, kalian memberi warna dalam hidupku, aku sayang kalian dan semoga persahabatan kita akan terus berlanjut selamanya.
11. Teman-teman seperjuanganku Seli, Yuni, Juli, Lia, Oqki, Siti, Yani, Fitri, Atika, Latifah, Wahyu, Rifki, Ipul, Loen, Agil dan teman-teman yang lain yang selalu memberikan bantuan dalam menyelesaikan skripsi.
12. Teman-temenku Manajemen angkatan tahun 2012 yang tidak bisaku sebut satu persatu, terima kasih atas segala kenangan selama kuliah dan semoga kebersamaan kita tidak sampai disini.
13. Pihak-pihak yang tidak bias disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidaklangsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna, untuk itu saran dan kritik yang membangun masih sangat diharapkan penulis.

Yogyakarta, Februari 2016

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Pembatasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Penelitian	5
F. Manfaat Hasil Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	7
A. Kajian Teori	7

1. Pemasaran	7
2. Perilaku Konsumen.....	12
3. Karakteristik Konsumen	16
4. Harga.....	17
5. Kualitas dan keragaman produk	21
6. Fasilitas toko/warung.....	22
7. Pelayanan	23
8. Lokasi.....	25
9. Keputusan Pembelian	31
10. Atribut Toko/Warung	33
B. Kajian Penelitian Terdahulu.....	34
C. Kerangka Berpikir	36
D. Perumusan Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
A. Waktu dan Tempat Penelitian	39
B. Variabel Penelitian	39
C. Metode Penentuan Subjek.....	40
D. Metode dan Teknik Pengumpulan Data.....	41
E. Instrumen Penelitian.....	42
F. Teknik Analisis Data.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A. Deskripsi Data.....	49
B. Uji Instrumen	49

C. Analisis Karakteristik Responden	52
D. Analisis Data	56
E. Pembahasan Hasil Penelitian	65
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	71
A. Kesimpulan	71
B. Implikasi.....	75
C. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Hasil uji validitas	51
Tabel 2. Hasil uji reliabilitas variabel	52
Tabel 3. Distribusi frekuensi responden berdasar jenis kelamin.....	53
Tabel 4. Distribusi Frekuensi Responden Berdasar Usia.....	54
Tabel 5. Distribusi Frekuensi Responden Berdasar Pekerjaan	55
Tabel 6. Distribusi Frekuensi Responden Berdasar Pendapatan.....	56
Tabel 7. Deskripsi Variabel.....	56
Tabel 8. Hasil uji regresi linier berganda	58
Tabel 9. Hasil uji parsial (uji t)	61
Tabel 10. Hasil analisis uji F simultan	63
Tabel 11. Hasil analisis uji R dan R^2 (koefisien determinasi).....	64
Tabel 12. Pedoman interpretasi terhadap koefisien korelasi.....	64

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kerangka berfikir	37

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Izin Penelitian UPY
- Lampiran 2 Daftar Kuesioner
- Lampiran 3 Rekapitulasi data Uji Coba
- Lampiran 4 Hasil Uji Coba Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5 Rekapitulasi Data Penelitian
- Lampiran 6 Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Responden
- Lampiran 7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 8 foto Copy Kartu Bimbingan Skripsi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada kondisi sekarang ini dengan adanya tuntutan waktu yang semakin sempit serta bergesernya budaya maka waktu yang tersedia untuk mencari alat pemenuhan kebutuhan sehari-hari juga berubah. Dalam memilih tempat berbelanja biasanya pembeli menghendaki tempat yang tidak jauh dari tempat tinggal, cukup strategis untuk dilalui dan mudah dicapai apabila ada kebutuhan yang sangat mendesak serta tempat parkir yang luas dan aman.

Sektor perdagangan eceran di negara yang sedang berkembang seperti Indonesia telah menjadi bisnis yang melibatkan perputaran barang, uang dan juga kesempatan kerja dalam jumlah yang besar. Baik perdagangan eceran maupun grosir mempunyai andil yang cukup besar dalam pembangunan perekonomian Indonesia. Hal ini dikarenakan sektor perdagangan telah mampu menyumbangkan pemasukan pendapatan negara. Selain itu sektor perdagangan eceran khususnya telah menjadi tumpuan harapan pemerintah dalam penyerapan tenaga kerja. Sektor eceran dalam pembangunan nasional memegang peranan yang cukup penting, bukan saja ujung tombak dari pemasaran produk nasional, tetapi juga merupakan pemasukan pendapatan negara yang tidak sedikit dan menyerap tenaga kerja yang cukup besar. Sektor perdagangan eceran perlu terus dikembangkan dalam upaya penyerapan tenaga kerja dan pemasukan sektor pendapatan. Perdagangan

yang dikembangkan tersebut tidak hanya menyangkut pedagang eceran tradisional tetapi juga pedagang moderen seperti warung pengecer model swalayan.

Warung pengecer model swalayan adalah sebuah toko dengan konsep seperti swalayan yang dirancang untuk melayani berbagai kebutuhan konsumen akhir seperti produk kebutuhan rumah tangga, makanan dan lain-lain. Pedagang eceran swalayan ini bergerak ke segala arah, mislanya dengan menjual beraneka ragam produk, meningkatkan fasilitas pelayanan dan meningkatkan pengelolaan operasional dan promosi guna meningkatkan daya saing (Kotler & Keller,2009). Kehadiran pasar swalayan tersebut bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin meningkat dalam pola konsumsi. Meningkatnya pola konsumsi dan pendapatan masyarakat erat kaitannya dengan pendapatan yang diterima masyarakat. Rayuan iklan barang menyebabkan gaya hidup manusia menjadi lebih konsumtif, dan kecuan berbelanja semakin menumbuh kembangkan jumlah pasar swalayan.

Persaingan anatar swalayan semakin tampak jelas, seperti bersaing dalam penetapan harga, diskon, pengaturan *lay out* hingga pelayanan oleh pramuniaga. Swalayan yang ingin berhasil tentu harus memenuhi kebutuhan-kebutuhan konsumen menyangkut mutu barang, harga, pelayanan, aneka macam barang dan promosi. Selain itu harus juga memperhatikan lokasi dan fasilitas pendukung. Apabila unsur-unsur tersebut tidak dapat di penuhi maka konsumen akan merasa tiak puas dan akan mengakibatkan konsumen selalu berpindah-pindah dalam berbelanja. Bila hal tersebut berlangsung terus-

menerus maka lama kelamaan pasar swalayaan akan mengalami kemunduran (Hatane, 2006).

Namun pada saat ini banyak orang yang berbelanja tidak hanya melihat pada baranag yang dibutuhkan tetapi juga melihat pada atribut toko yang ditawarkan yang merupakan bagian dari promosi toko tersebut, pada umumnya konsumen hanya ingin berbelanja segala kebutuhan hidup di satu toko saja tanpa harus membelinya di toko lain sekaligus menghemat waktu berbelanja karena tidak perlu keluar masuk toko yang berbeda.

Atribut toko merupakan faktor eksternal yang mendorong kosumen berbelanja. Beberapa kategori dalam atribut toko antara lain harga, kualitas dan keragaman produk, fasilitas toko/warung, pelayanan, dan lokasi maupun hambatan kenyamanan yang diperoleh konsumen ketika berbelanja.

Pada dasarnya, sukses tidaknya suatu usaha tergantung pada apakah kita cukup memberikan perhatian terhadap apa yang dibutuhkan dan diinginkan ornag yang menjadi sasaran usaha kita. Untuk itu seorang harus inovatif dan terus menerus menerapkan strategi yang mantap agar bisnis tersebut berkembang dengan baik.

Sasaran utama dari penjualan warung pengecer model swalayan adalah manusia denga berbagai motivasi dan kebutuhan, karenanya pemilihan lokasi sangat tergantung pada motivasi dan kebutuhan konsumen. Untuk itu dituntut suatu lokasi strategis yang bisa dijangkau dengan mudah oleh pembeli dan mudah transfortasinya.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik mengambil judul penelitian “ANALISIS ATRIBUT WARUNG PENGECEK YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMILIHAN TEMPAT BERBELANJA (Studi Kasus Pada Beberapa Warung Pengecer Model Swalayan di Kecamatan Kasihan Kabupaten Bantul)”.

B. Identifikasi Masalah

Sesudah melakukan studi pendahuluan di wilayah kecamatan Kasihan Kabupaten Bantul, penulis mengamati bahwa konsumen lebih menyukai berbelanja dengan cara swalayan dan dari hasil wawancara dengan beberapa pembeli warung model swalayan, terdapat beberapa faktor yang dipertimbangkan pembeli seperti harga, kualitas dan keragaman produk, fasilitas toko/warung, pelayanan, dan lokasi.

C. Pembatasan Masalah

Pada penelitian ini penulis membatasi permasalahan penelitian pada beberapa atribut toko/warung pengecer model swalayan yang meliputi :

1. Harga
2. Kualitas dan keragaman produk
3. Fasilitas toko/warung
4. Pelayanan
5. Lokasi

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh antara harga terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja?
2. Apakah ada pengaruh antara kualitas dan keragaman produk terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja?
3. Apakah ada pengaruh antara fasilitas toko/warung terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja?
4. Apakah ada pengaruh antara pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja?
5. Apakah ada pengaruh antara lokasi toko terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja?
6. Apakah ada pengaruh antara harga, kualitas dan keragaman produk, fasilitas toko/warung, pelayanan, dan lokasi secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas dan keragaman produk terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas toko/warung terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja.

4. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja.
5. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja.
6. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas dan keragaman produk, fasilitas toko/warung, pelayanan, dan lokasi secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja.

F. Manfaat Hasil Penelitian

1. Bagi Warung Pengecer Model Swalayan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang atribut warung pengecer yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja serta dapat memberikan masukan kepada pihak pemilik dalam mengambil keputusan dan kebijaksanaan dimasa mendatang.

2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan referensi dan bahan penelitian untuk menambah literatur penelitian tentang analisis atribut warung pengecer yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja.