

SKRIPSI
PENGARUH PRODUK, HARGA, LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI DI TOKO CAHAYA
ATK SUCI GRESIK



Diajukan Oleh :

SYAIFATUL AMAMI

NIM : 2017020030

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS GRESIK

2021

SKRIPSI
PENGARUH PRODUK, HARGA, LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI DI TOKO CAHAYA
ATK SUCI GRESIK

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)

Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Gresik



Diajukan Oleh :

SYAIFATUL AMAMI

NIM : 2017020030

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS GRESIK

2021

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH PRODUK, HARGA, LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI DI TOKO CAHAYA ATK
SUCI GRESIK

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

SYAIFATUL AMAMI
NIM : 2017020030

Skripsi telah disetujui untuk diseminarkan

Pada Tanggal : 03 Agustus 2021

Oleh:

Dosen Pembimbing I



(Susan Novitasari Khadijah, S.E., M.M.)

NIDN : 0714118803

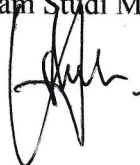
Dosen Pembimbing II



(Dini Kusumaningrum, S.Si., M.M.)

NIDN : 0727078806

Ketua Program Studi Manajemen



(Denny Astanto, S.E., M.M.)

NIDN : 0720107402

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH PRODUK, HARGA, LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI DI TOKO CAHAYA ATK
SUCI GRESIK

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

SYAIFATUL AMAMI

NIM : 2017020030

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan telah direvisi sebagaimana
Disarankan oleh Tim Penguji
Pada Tanggal : 19 Agustus 2021

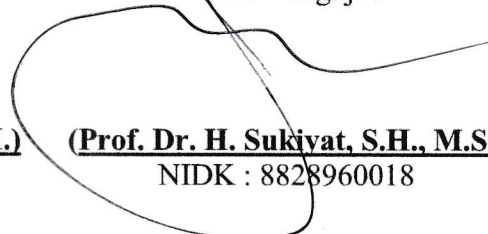
Dosen Pembimbing



(Susan Novitasari Khadijah, S.E., M.M.)

NIDN : 0714118803

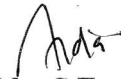
Dosen Penguji I



(Prof. Dr. H. Sukiyat, S.H., M.Si.)

NIDK : 8828960018

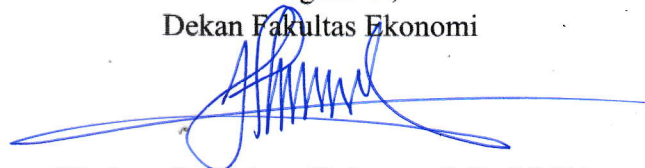
Dosen Penguji II



(Nur Farida, S.E., M.M.)

NIDN : 0729118204

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



(Firdaus Indraajaya Tuharea, S.E., M.Si.)

NIDN : 0023057801

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Syaifatul Amami

Nim : 2017020030

Fakultas : Ekonomi

Program : S-1 (Sarjana)

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat dengan judul :

PENGARUH PRODUK, HARGA, LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELI DI TOKO CAHAYA ATK SUCI GRESIK

Adalah hasil karya saya sendiri dan bukan **“DUPLIKASI”** dari karya orang lain. Sepengetahuan saya dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh **DIBATALKAN**, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dan tekanan dari pihak manapun.

Gresik, 13 Juli 2021

Yang menyatakan,



Syaifatul Amami

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohiim,,,

Syukur Alhamdulillah saya panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas limpahan nikmat dan karunia-Nya, serta sholawat dan salam tetap tercurahkan kepada junjungan nabi kita Muhammad SAW, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “**PENGARUH PRODUK, HARGA, LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI DI TOKO CAHAYA ATK SUCI GRESIK**” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa banyak bantuan yang telah diberikan dari berbagai pihak, baik berupa material, maupun spriritual. Selanjutnya penulis haturkan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sukiyat, S.H., M.Si. Rektor di Universitas Gresik.
2. Bapak Firdaus Indrajaya Tuharea, S.E., M.Si. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.
3. Bapak Denny Astanto, S.E., M.M. Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.
4. Ibu Susan Novitasari Khadijah, S.E., M.M. Dosen Pembimbing I di Universitas Gresik, yang telah memberikan dorongan, semangat dan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

5. Ibu Dini Kusumaningrum, S.Si., M.M. Dosen Pembimbing II di Universitas Gresik, yang telah memberikan dorongan dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.
6. Bapak Prof. Dr. H. Sukiyat, S.H., M.Si. Dosen Penguji I yang telah memberikan saran serta masukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Ibu Nur Farida, S.E., M.M. Dosen Penguji II yang telah memberikan saran serta masukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Kedua Orang Tua, yang telah memberikan do'a, semangat dan dorongannya atas perjalanan kuliah saya hingga terselesaikan skripsi ini.
9. Sahabat-Sahabat saya yang selalu memberikan semangat dan dukungan dalam proses mengerjakan skripsi .
10. Rekan-Rekan seperjuangan di Universitas Gresik yang telah turut serta memberikan semangat dan kerjasama yang baik dan dukungannya selama perkuliahan hingga proses skripsi.
11. Pemilik Toko Cahaya ATK Suci Gresik, yang telah memeberikan izin dan sumbangsih saran dalam penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan waktu, pengetahuan, pengalaman dan lainnya. Oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan maupun informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Gresik, 13 Juli 2021

Peneliti

PENGARUH PRODUK, HARGA, LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI DI TOKO CAHAYA ATK SUCI GRESIK

Syaifatul Amami

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gresik

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dan membuktikan pengaruh produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembeli di Toko Cahaya ATK Suci Gresik. Dan penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembeli di Toko Cahaya ATK Suci Gresik. Rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini apakah produk, harga, lokasi secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap keputusan pembeli di Toko Cahaya ATK Suci Gresik. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh produk, harga, lokasi terhadap keputusan pembeli di Toko Cahaya ATK Suci Gresik secara parsial dan simultan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah atau yang datang ke Toko Cahaya ATK Suci Gresik. Sampel pada penelitian ini sebanyak 112 responden dan Teknik yang digunakan adalah Teknik *Non-probability sampling* dengan metode *incidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner (angket). Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), analisis deskriptif persentase, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis, dan koefisien determinasi dengan menggunakan SPSS. Hasil dari penelitian ini adalah Variabel Produk, Harga dan Lokasi secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembeli di Toko Cahaya ATK Suci Gresik. Hal ini di buktikan dari nilai $F_{hitung}(17,746) > F_{tabel}(2,69)$ dan tingkat signifikan $t < 0,000$ lebih kecil dari $\alpha=0,05$.

Kata kunci : Produk, Harga, Lokasi dan Keputusan Pembeli

**THE EFFECT OF PRODUCT, PRICE, LOCATION ON BUYER
DECISIONS AT THE SHOP CAHAYA ATK SUCI GRESIK**

Syaifatul Amami

Management Study Program, Faculty of Economics, University of Gresik

ABSTRACT

This study aims to examine and prove the effect of product, price and location on buyer decisions at the Cahaya ATK Suci Gresik Store. And this study also aims to analyze the factors that have the most dominant influence on buyer decisions at the Cahaya ATK Suci Gresik Store. The formulation of the problem posed in this study is whether the product, price, location partially and simultaneously affect the buyer's decision at Toko Cahaya ATK Suci Gresik. The purpose of this study was to determine the effect of product, price, location on buyer decisions at the Cahaya ATK Suci Gresik Store partially and simultaneously. The population used in this study were consumers who had or who came to the Cahaya ATK Suci Gresik Store. The sample in this study was 112 respondents and the technique used was the non-probability sampling technique with the incidental sampling method, which is a sampling technique based on chance. Data collection methods used are questionnaires (questionnaire). The analytical method used in this research is instrument test (validity test and reliability test), descriptive percentage analysis, classical assumption test, multiple regression analysis, hypothesis testing, and coefficient of determination using SPSS. The results of this study are Product, Price and Location variables simultaneously affect the Buyer's Decision at the Cahaya ATK Suci Gresik Store. This is proven by the value of $F_{count}(17.746) > F_{table}(2.69)$ and the significant level of t 0.000 is smaller than $\alpha = 0.05$.

Keywords: Product, Price, Location, and Buyer Decision

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN SAMPUL BELAKANG	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I : PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Teoritis	7
1.4.2 Praktis	7

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Pemasaran	8
2.2 Jasa	8
2.3 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	9
2.4 Teori Produk	11
2.4.1 Jenis-Jenis Produk	11
2.4.2 Tujuan Produk	12
2.4.3 Tingkatan Produk	13
2.4.4 Pengembangan Produk	13
2.4.5 Kualitas Produk	14
2.4.6 Dimensi Kualitas Produk	14
2.4.7 Metode Meningkatkan Produk	15
2.4.8 Indikator Produk	17
2.5 Teori Harga	17
2.5.1 Peranan Harga	18
2.5.2 Metode Penetapan Harga	18

2.5.3 Tujuan Penentuan Harga	19
2.5.4 Indikator Harga	19
2.6 Teori Lokasi	20
2.6.1 Faktor-Faktor Penentuan Lokasi	21
2.6.2 Indikator Lokasi	21
2.7 Teori Keputusan Pembeli	22
2.7.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembeli	22
2.7.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembeli	24
2.7.3 Indikator Keputusan Pembeli	26
2.8 Penelitian Terdahulu	26
2.9 Kerangka Konseptual	30
2.10 Hubungan Antar Variabel	32
2.10.1 Hubungan Produk (X_1) Dengan Keputusan Pembeli (Y)	32
2.10.2 Hubungan Harga (X_2) Dengan Keputusan Pembeli (Y)	32
2.10.3 Hubungan Lokasi (X_3) Dengan Keputusan Pembeli (Y)	33
2.11 Hipotesis	35

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	36
3.2 Definisi Operasional Variabel	37
3.2.1 Variabel Independen	37
3.2.2 Variabel Dependen	38
3.3 Indikator Variabel Penelitian	38
3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	39
3.4.1 Populasi	39
3.4.2 Sampel	40
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	40
3.5 Metode Pengumpulan Data	41
3.5.1 Data Primer	41
3.5.2 Data Sekunder	42
3.6 Metode Analisis Data	43
3.6.1 Statistik Deskriptif	44
3.6.2 Interval	44
3.6.3 Uji Validitas	46
3.6.4 Uji Realibilitas	46
3.6.5 Analisis Korelasi	47
3.6.6 Uji Asumsi Klasik	48
3.6.7 Analisa Regresi Linier Berganda	50
3.6.8 Koefisien Determinasi (R^2)	51
3.6.9 Uji Hipotesis	51

BAB IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan	56
4.1.1 Sejarah Toko Cahaya ATK Suci Gresik	56
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	57
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	58
4.1.4 Uraian Jabatan (<i>Job Description</i>)	58
4.2 Waktu Penelitian	59
4.3 Hasil Penelitian	59
4.3.1 Deskripsi Karakteristik Responden	59
4.3.2 Statistik Deskriptif	63
4.3.3 Interval	64
4.3.4 Deskripsi Variabel Penelitian Berdasarkan Karakteristik Responden.	65
4.3.5 Uji Validitas	82
4.3.6 Uji Reliabilitas	84
4.3.7 Analisis Korelasi	86
4.3.8 Uji Asumsi Klasik	88
4.3.9 Analisis Regresi Linier Berganda	95
4.3.10 Koefisien Determinasi (R^2)	97
4.3.11 Uji Hipotesis	98
4.4 Pembahasan dan Hasil Penelitian	104
4.4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Hasil Penelitian	104
4.4.2 Uji Validitas	105
4.4.3 Uji Reliabilitas	106
4.4.4 Uji Korelasi Berganda (R^2)	107
4.4.5 Pengujian Hipotesis	107
4.5 Hubungan Antar Teori	110
4.5.1 Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembeli	110
4.5.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembeli	111
4.5.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembeli	112
4.5.4 Pengaruh Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembeli .	113

BAB V : PENUTUP

5.1 Kesimpulan	114
5.2 Saran	115

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

2.1 PDCA	15
2.2 Proses Keputusan Pembeli Konsumen	25
2.3 Kerangka Konseptual	31
3.1 Kurva Penerimaan atau Penolakan Hipotesis Uji-t	53
3.2 Kurva Penerimaan atau Penolakan Hipotesis Uji-F	55
4.1 Struktur Organisasi Perusahaan	58
4.2 Grafik Komposisi Pelanggan Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.3 Grafik Komposisi Pelanggan Berdasarkan Usia	61
4.4 Grafik Komposisi Pelanggan Berdasarkan Pekerjaan	62
4.5 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji-t Produk	100
4.6 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji-t Harga	101
4.7 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji-t Lokasi	102
4.8 Kurva Penerimaan atau Penolakan Hipotesis Uji-F	103

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu	27
3.1 Indikator Variabel Penelitian	38
3.2 Data Penjualan	40
3.3 Skala Pengukuran Likert Produk, Harga dan Lokasi	42
3.4 Skala Pengukuran Produk, Harga dan Lokasi	44
3.5 Dasar Interpretasi Skor Rata-Rata	46
3.6 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r	47
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
4.4 Statistik Deskriptif	63
4.5 Dasar Interpretasi Skor Rata-Rata	64
4.6 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Ukuran Produk	65
4.7 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Merek Produk	66
4.8 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Tampilan Produk	67
4.9 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Ketersediaan Produk ...	68
4.10 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Keterjangkauan Harga	69
4.11 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk	70
4.12 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Daya Saing Harga	71
4.13 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Kesesuaian Harga Dengan Manfaat	72
4.14 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Harga Dapat Mempengaruhi Konsumen Dalam Mengambil Keputusan	73
4.15 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Akses	74
4.16 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Visibilitas	75
4.17 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Tempat Parkir Yang Luas	76

4.18 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Ekspansi	76
4.19 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Lingkungan	77
4.20 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Kemantapan Pada Sebuah Produk	78
4.21 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Evaluasi Pasca Pembelian	79
4.22 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Keputusan Dalam Pembelian	80
4.23 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Melakukan Pembelian Ulang	81
4.24 Hasil Uji Validitas Variabel Produk	82
4.25 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	83
4.26 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi	83
4.27 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembeli	84
4.28 Hasil Uji Reliabilitas	85
4.29 Analisa Korelasi	86
4.30 Kolmogrov-Smirnov	88
4.31 Durbin Watson	89
4.32 Uji Autokorelasi	90
4.33 Uji Heteroskedastisitas	91
4.34 Uji Multikolinieritas	92
4.35 Uji Linieritas Produk Terhadap Keputusan Pembeli	93
4.36 Uji Linieritas Harga Terhadap Keputusan Pembeli	94
4.37 Uji Linieritas Lokasi Terhadap Keputusan Pembeli	94
4.38 Analisis Regresi Linier Berganda	95
4.39 Analisa Determinasi (R^2)	97
4.40 Uji-t	99
4.41 Uji-F	103

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Data Kuesioner

Lampiran 2 : Surat Permohonan Izin Penelitian

Lampiran 3 : Surat Balasan Permohonan Perizinan Penelitian

Lampiran 4 : Tabulasi Data Penelitian

Lampiran 5 : Hasil Uji SPSS

Lampiran 6 : Kartu Bimbingan