

**PENGARUH LOKASI, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DALAM
BEREBELANJA PT ALFAMART BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Tri Febmon Dayrius Siahaan
110910109**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2017**

**PENGARUH LOKASI, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DALAM
BEREBELANJA PT ALFAMART BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi satu syarat
Guna memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Tri Febmon Dayrius Siahaan
110910109**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS PUTERA BATAM**

2017



PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Putera Batam maupun diperguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi.

Batam, 16 Januari 2017

Yang membuat pernyataan

Tri Febmon Dayrius. Siahaan

110910109

**PENGARUH LOKASI, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN DALAM BEREBELANJA PT
ALFAMART BATAM**

**Oleh:
Tri Febmon Dayrius Siahaan
110910109**

**SKRIPSI
Untuk memenuhi salah satu syarat
Guna memperoleh gelar Sarjan**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal
Batam, 16 Januari 2017**

**Raymond, S.E., M.Sc
Pembimbing**

ABSTRAK

Dalam penelitian ini membahas tentang minat beli konsumen, variabel yang digunakan adalah lokasi (X_1), harga (X_2), promosi (X_3) dan minat beli konsumen (Y). Sampel dalam penelitian ini berjumlah 120 responden. Dan analisis determinasi untuk mengetahui besarnya sumbangan-sumbangan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Dari uji T diketahui bahwa, lokasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Promosi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Dari hasil uji F diketahui bahwa lokasi, harga dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

Kata kunci :Lokasi, Harga, Promosi, Minat Beli Konsumen.

ABSTRACT

In this study discusses buy consumer interests. The variabel used are the location (X_1), price (X_2), promotion (X_3), and buy consumer interests (Y). Sample in the study discusses is known 120 respondent. And determinated analysis to the contributions of independent variabels in explaining the variabel dependent variabel. From the results of the T test is known that the location not influence partially significant effect on buy consumer interest. Price influence significant effect on buy consumer interest. Promotion not influence partially significant effect on buy consumer interest. From the results of the F test is known that the location, price and promotion simutaneously significant effect on buy consumer interest.

Keywords :Location, Price, Promotion, buy consumer interests.

KATA PENGANTAR

Syukur kita panjatkan kehadiran Tuhan yang maha kuasa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi stara satu (S1) pada Jurusan Manajemen Universitas Putera Batam. Penulis menyadari bahwa laporan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa laporan tugas akhir ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Nur Elfi Husda, S. kom, M. SI. Selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Pak Jontro Simanjuntak, S.Pt., S.E., M.M. Selaku ketua kaprodi program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Putera Batam.
3. Pak Raymond, S.E., M.Sc. Selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
5. Kedua orang tua saya (Besli Siahaan dan Tiara Pardede) terima kasih atas cinta dan kasih sayang, doa, dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Kepada Kakak tercinta (Hotmauli Siahaan) terima kasih atas kasih sayang dan perhatian kalian selama ini.
7. Kepada sahabat-sahabat kampus di Universtas Putera Batam yang sama-sama berjuang dalam skripsi: Meike Siburian, Sastina Nababan, dan Hetti Melina Gultom.
8. Dan bagi semua pihak yang belum dapat saya sebutkan satu persatu, saya bersyukur dapat mengenal dan bersahabat dengan kalian semua.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufikNya, Amin.

Batam, 01 Januari 2016

Penulis

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR RUMUS.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1.....	Latar Belakang
.....	1
1.2.....	Identifikasi Masalah
.....	5
1.3.....	Pembatasan Masalah
.....	6
1.4.....	Perumusan Masalah
.....	6
1.5.....	Tujuan Penelitian
.....	6
1.6.....	Manfaat Penelitian
.....	7
1.6.1 Aspek Teoritis.....	7
1.6.2. Aspek Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1 Bauran Pemasaran.....	8
2.1.2 Lokasi.....	9
2.1.3 Harga.....	9
2.1.3.1 Tujuan Penetapan Harga.....	10
2.1.4 Promosi.....	13
2.1.5 Minat Beli Konsumen.....	13
2.1.5.1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	14
2.1.5.2 Faktor-Faktor Utama Penentuan Keputusan Pembeli konsumen.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3. Kerangka Pemikiran.....	21
2.4 Hipotesis.....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian.....	22
3.2 Operasional Variabel.....	22
3.2.1 Variabel Independen.....	23
3.2.2 Variabel Dependen.....	25
3.3 Populasi Dan Sampel.....	25
3.3.1 Populasi.....	25

3.3.2	Sampel.....	26
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.5	Metode Analisis Data.....	30
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	31
3.5.2	Uji Kualitas Data.....	32
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	35
3.5.4	Uji Pengaruh.....	37
3.5.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	37
3.5.4.2	Koefisien Determinasi.....	38
3.5.5	Rancangan Uji Hipotesis.....	38
3.6	Lokasi Dan Jadwal Penelitian.....	39
3.6.1	Lokasi Penelitian.....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Penelitian.....	40
4.1.1	Profil Responden.....	40
4.1.2	Hasil Penelitian.....	43
4.1.2.1	Analisis Deskriptif.....	43
4.1.2.2	Deskriptif Data Penelitian.....	43
4.1.2.3	Hasil Uji Kualitas Data.....	52
4.1.2.4	Hasil Uji Validitas Data.....	53
4.1.3	Hasil Uji Reliabilitas.....	55
4.1.4	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	57
4.1.4.1	Uji Normalitas.....	57
4.1.4.2	Uji Multikolineritas.....	61
4.1.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	62
4.1.5	Hasil Uji Pengaruh.....	63
4.1.5.1	Uji Regresi Linear Berganda.....	63
4.1.5.2	Uji Koefisiensi Determinasi.....	65
4.1.6	Hasil Uji Hipotesis.....	66
4.1.6.1	Uji T.....	66
4.1.6.2	Hasil Uji Pengaruh Simultan(Uji F).....	67
4.1.7	Pembahasan.....	68
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan.....	71
5.2	Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....		74
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		
SURAT KETERANGAN PENELITIAN		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

TABEL 2.2. Penelitian Terdahulu.....	18
TABEL 3.1.Operasional Variabel Penelitian.....	25
TABEL 3.4. Penentuan Skor Jawaban Kuesioner.....	30
TABEL 4.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
TABEL 4.5. Jadwal Penelitian.....	39
TABEL 4.2. Responden Berdasarkan Umur.....	42
TABEL 4.3. Responden Berdasarkan Status.....	42
TABEL 4.4. Hasil Jawaban Kuesioner Lokasi (X1).....	44
TABEL 4.7. Hasil Jawaban Kuesioner Harga (X2).....	46
TABEL 4.11. Hasil Jawaban Kuesioner Promosi (X3).....	48
TABEL 4.15 Hasil Jawaban Kuesioner Minat Beli (Y).....	50
TABEL 4.19. Uji Validitas Data.....	53
TABEL 4.20 Hasil Uji Reabilitas Lokasi (X1).....	55
TABEL 4.21 Hasil Uji Reabilitas Harga (X2).....	55
TABEL 4.22 Hasil Uji Reabilitas Promosi (X3).....	56
TABEL 4.22 Hasil Uji Reabilitas Minat Beli (Y).....	56
TABEL 4.23 Hasil Uji Kolmogorov-Simirnov.....	60
TABEL 4.24 Hasil Uji Multikolinearitas.....	61
TABEL 4.25 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	62
TABEL 4.26 Uji Regresi Linear Berganda.....	63
TABEL 4.27 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	65
TABEL 4.28 Hasil Uji T.....	66
TABEL 4.29 Hasil Uji F.....	67

DAFTAR RUMUS

RUMUS 3.1. SAMPEL.....	28
RUMUS 3.2. VALIDITAS.....	32
RUMUS 3.3. RELIABILITAS.....	34
RUMUS 3.4. ANALISIS LINEAR BERGANDA.....	37

\

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1. Kerangka Pemikiran.....	21
GAMBAR 4.1. Hasil Uji Normalitas Histogram Regression Residual.....	58
GAMBAR 4.2. Hasil Uji Normalitas Normal Probabiliy Plots.....	58
GAMBAR 4.3. Hasil uji Normalitas Histogram Scatter Plot.....	59