

**PENGARUH HARGA, LOKASI DAN CITRA MEREK
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PT
INDOPURAMA MANDIRI BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Siti Umi Sohibah
140610035**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

**PENGARUH HARGA, LOKASI DAN CITRA MEREK
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PT
INDOPURAMA MANDIRI BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana**



**Oleh:
Siti Umi Sohibah
140610035**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Siti Umi Sohibah

NPM/NIP : 140610035

Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “ Skripsi” yang saya buat dengan judul:

Pengaruh Harga, Lokasi dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen PT Indopurama Mandiri Batam

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam 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 naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 5 Februari 2018



Siti Umi Sohibah

140610035

**PENGARUH HARGA, LOKASI DAN CITRA MEREK
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PT
INDOPURAMA MANDIRI BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana**

**Oleh:
Siti Umi Sohibah
140610035**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal
seperti tertera dibawah ini**

Batam, 5 Februari 2018


Renniwaty Siringoringo, S.E., M.Si
Pembimbing

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi 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 Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam
2. Bapak Suhardianto, S.Hum., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Ibu Renniwyaty Siringoringo, S.E., M.Si. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan dukungan
6. Pimpinan PT Indopurama Mandiri Batam yang telah memeberikan izin untuk melakukan penelitian
7. Kedua orang tua yang tersayang, bapak dan ibu yang selalu mendoakan, memberikan dukungan serta selalu menyayangiku segenap hati
8. Saudara-saudaraku tercinta Hardiyanto, Rahmuji, Sumardi yang telah memberikan doa dan semangat
9. Untuk Joko Triyono, Keluarga Cemara, Pradita, Sofiyanti, Putri, Tesha, Desi, Nani dan teman-teman seperjuangan Universitas Putera Batam yang telah memberikan semangat serta doa kepada saya.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 05 Februari 2018

Siti Umi Sohibah

ABSTRAK

Perkembangan bisnis di Indonesia yang semakin maju mengakibatkan persaingan dalam dunia bisnis semakin kompetitif. Sekarang ini banyak berdirinya perusahaan yang bergerak dibidang jasa, salah satu bidang bisnis jasa yaitu jasa pengiriman barang. Studi ini didasarkan pada persaingan yang semakin ketat dibidang jasa pengiriman barang, terutama jasa pengiriman yang sudah dikenal banyak masyarakat. PT Indopurama Mandiri Batam mengalami ketidakstabilan penjualan pada beberapa bulan terakhir. Penelitian ini dilakukan di PT Indopurama Mandiri Batam, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen harga, lokasi dan citra merek terhadap variabel dependen yaitu minat beli. Penelitian ini menggunakan teknik probability sampling yaitu dengan simple random sampling dengan 381 sampel dari populasi konsumen PT Indopurama Mandiri Batam. Data primer dan sekunder dikumpulkan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada 381 responden, kemudian data diolah dengan alat analisis aplikasi SPSS. Melakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t dan uji f yang bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap masing-masing variabel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga, lokasi dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen PT Indopurama Mandiri Batam. Secara simultan variabel harga, lokasi dan citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen PT Indopurama Mandiri Batam dengan harga sebagai variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap minat beli, diikuti oleh citra merek dan lokasi.

Kata kunci: Harga, Lokasi, Merek, Minat Beli

ABSTRACT

Business developments in Indonesia are increasingly advanced resulting in competition in the business world increasingly competitive. Nowadays there are many companies engaged in services, one of the business services sector, namely freight forwarding services. This study is based on increasingly fierce competition in the field of freight forwarding services, especially shipping services that are well known to many people. PT Indopurama Mandiri Batam experienced sales instability in recent months. This research was conducted at PT Indopurama Mandiri Batam, which aims to determine the effect of independent variables of price, location and brand image on the dependent variable, namely buying interest. This research uses probability sampling technique that is by simple random sampling with 381 samples from the consumer population of PT Indopurama Mandiri Batam. Primary and secondary data were collected using a questionnaire distributed to 381 respondents, then the data was processed using SPSS application analysis tools. Validity test, reliability test, classic assumption test, t test and f test which aims to find out the respondent's response to each variable. The results of this study indicate that partially the price, location and brand image variables have a positive and significant effect on consumer buying intention in PT Indopurama Mandiri Batam. Simultaneously the price, location and brand image variables have a positive and significant influence on consumers' buying intention in PT Indopurama Mandiri Batam with prices as the most dominant variable influencing buying intention, followed by brand image and location.

Keywords: Price, Location, Brand, Buying Intention

DAFTAR PUSTAKA

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iiError! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR PUSTAKA.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR RUMUS	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Pemasaran.....	10
2.1 Harga	11
2.1.1 Pengertian Harga.....	11
2.1.2 Peran atau Fungsi Harga	12
2.1.3 Tujuan Penetapan Harga	13
2.1.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga	15
2.2.5 Indikator Harga	17
2.3 Lokasi	18
2.3.1 Pengertian Lokasi.....	18
2.3.2 Tahap-Tahap Memilih Lokasi.....	19
2.3.3 Indikator Lokasi	20
2.4 Citra Merek.....	21
2.4.1 Pengertian Merek	21
2.4.2 Pengertian Citra Merek	23
2.4.3 Indikator Citra Merek.....	25
2.5 Perilaku Konsumen	26
2.6 Minat Beli Konsumen	28
2.6.1 Pengertian Minat Beli	28
2.6.2 Tahapan Minat Beli Konsumen	29
2.6.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen.....	29
2.6.4 Indikator Minat Beli	30
2.7 Penelitian Terdahulu.....	30

2.8	Kerangka Pemikiran	34
2.9	Hipotesis	34
BAB III		36
METODE PENELITIAN		36
3.1	Desain Penelitian	36
3.2	Operasional Variabel	36
3.2.1	Variabel Independen	37
3.2.2	Variabel Dependen	37
3.3	Populasi Dan Sampel	39
3.3.1	Populasi	39
3.3.2	Sampel	39
3.4	Teknik Penarikan Sampel	39
3.5	Teknik Pengumpulan Data	41
3.5.1	Jenis dan Sumber Data	41
3.5.2	Alat Pengumpulan Data	42
3.5.3	Studi Kepustakaan	43
3.6	Metode Analisis Data	43
3.6.1	Analisis Deskriptif	43
3.6.2	Uji Kualitas Data	44
3.6.2.1	Uji Validitas	44
3.6.2.2	Uji Reliabilitas	46
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	47
3.6.3.1	Uji Normalitas	48
3.6.3.2	Uji Multikolinearitas	49
3.6.3.3	Uji Heteroskedastisitas	49
3.6.4	Uji Pengaruh	50
3.6.4.1	Regresi Linear Berganda	50
3.6.4.2	Koefisien Determinasi (R^2)	51
3.6.5	Uji Hipotesis	52
3.6.5.1	Uji Parsial (T-Test)	52
3.6.5.2	Uji Simultan (F-Test)	53
3.7	Lokasi dan Jadwal Penelitian	55
3.7.1	Lokasi Penelitian	55
3.7.2	Jadwal Penelitian	55
BAB IV		56
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		56
4.1	Gambaran Umum Responden	56
4.1.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.1.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	57
4.1.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
4.1.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	58
4.1.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan	59
4.2	Hasil Penelitian	59
4.2.1	Analisis Deskriptif	59
4.2.1.1	Analisis Deskriptif Variabel Harga (X1)	60
4.2.1.2	Analisis Deskriptif Variabel Lokasi (X2)	63

4.2.1.3	Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek (X3).....	65
4.2.1.4	Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli (Y).....	67
4.2.2	Hasil Uji Kualitas Data	69
4.2.2.1	Hasil Uji Validitas.....	69
4.2.2.2	Hasil Uji Reliabilitas	72
4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	73
4.2.3.1	Hasil Uji Normalitas	73
4.2.3.2	Uji Multikolonieritas.....	76
4.2.3.3	Uji Heterokedastisitas	77
4.2.4	Uji Pengaruh	78
4.2.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	78
4.2.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	79
4.2.5	Hasil Pengujian Hipotesis	80
4.2.5.1	Uji T	80
4.2.5.2	Uji F	82
4.3	Pembahasan	83
4.3.1	Harga Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Beli Konsumen PT Indopurama Mandiri Batam.....	83
4.3.2	Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen PT Indopurama Mandiri Batam.....	83
4.3.3	Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen PT Indopurama Mandiri Batam.....	84
4.3.4	Harga, lokasi dan citra merek secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen	84
BAB V		85
KESIMPULAN DAN SARAN		85
5.1	Kesimpulan.....	85
5.2	Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA		87
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		
SURAT KETERANGAN PENELITIAN		
LAMPIRAN		
Lampiran 1. Penelitian Terdahulu		
Lampiran 2. Kuesioner		
Lampiran 3. Hasil Input Kuesioner		
Lampiran 4. Hasil Pengolahan Data SPSS		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Merek Tiki	22
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	34
Gambar 4.1 Histogram	74
Gambar 4.2 Normal Probability Plot	75

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Slovin	40
Rumus 3.2 Range Validitas	45
Rumus 3.3 Uji Reliabilitas	46
Rumus 3.4 Variance Inflation Factor	49
Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda	50
Rumus 3.6 Koefisien Determinasi	52
Rumus 3.7 Uji T	52
Rumus 3.8 Uji F	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Perbandingan Harga.....	4
Tabel 1.2 Omset Penjualan	5
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	38
Tabel 3.2 Kriteria Analisa Deskriptif	44
Tabel 3.3 Range Validitas	45
Tabel 3.4 Indeks Koefisien Reliabilitas	47
Tabel 3.5 Jadwal Kegiatan Penelitian	55
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Umur	57
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan	58
Tabel 4.5 Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan.....	59
Tabel 4.6 Kriteria Analisis Deskriptif.....	60
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Harga	61
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Lokasi	63
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek.....	65
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli.....	67
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Validitas Harga	70
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Validitas Lokasi.....	70
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Validitas Citra Merek	71
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Validitas Minat Beli.....	72
Tabel 4.15 Indeks Koefisien Reliabilitas	73
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas.....	73
Tabel 4.17 Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov	75
Tabel 4.18 Kolerasi Spearman's Rho.....	76
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolonieritas	77
Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	78
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi	80
Tabel 4.22 Hasil Uji T.....	80
Tabel 4.23 Hasil Uji F	82