

**PENGARUH LOKASI, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PT INDOMARCO PRISMATAMA
KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Willy Sandi
150910322**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2019**

**PENGARUH LOKASI, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PT INDOMARCO PRISMATAMA
KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Willy Sandi
150910322**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2019**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Willy Sandi
NPM/NIP : 150910322
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

Pengaruh Lokasi, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Indomarco Prismatama Kota 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, 02 Februari 2019

Materai 6000

Willy Sandi
150910322

**PENGARUH LOKASI, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PT INDOMARCO PRISMATAMA
KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Willy Sandi
150910322**

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

Batam, 02 Februari 2019

Nanda Harry Mardika, S.Pd., M.M.

Pembimbing

ABSTRAK

Di zaman globalisasi ini, jumlah bisnis minimarket di Indonesia terus bertambah, hal ini di pengaruhi oleh perubahan pola hidup masyarakat yang lebih cenderung memilih sesuatu yang bersifat praktis. Peluang inilah yang di manfaatkan pelaku bisnis untuk ikut terjun ke dalam bisnis minimarket ini dengan bersaing memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga membuat persaingan dalam bisnis minimarket ini menjadi semakin ketat dan menyebabkan semakin banyak pilihan kepada konsumen sehingga konsumen menjadi lebih selektif dalam mengambil keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan mengetahui Pengaruh Lokasi, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Indomarco Prismatama Kota Batam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis data Primer. Populasi dalam penelitian ini adalah 37012 Pembeli. Jumlah sampel yang diobservasi sebanyak 100 yang diambil menggunakan teknik *purposive sampling* dengan menggunakan rumus slovin. Metode analisis data yang digunakan adalah uji Statistik deskriptif, kualitas instrumen, asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji T, uji F, dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama Lokasi (X1), Harga (X2), dan Promosi (X3) memberikan pengaruh sebesar 54,7% terhadap Keputusan Pembelian (Y). Secara persial dari masing-masing variabel independen Harga (X2), Promosi (X3) mempunyai pengaruh yang Signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Sedangkan untuk Lokasi (X1) mempunyai pengaruh namun tidak signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Berdasarkan hasil penelitian diatas, Maka diperoleh kesimpulan bahwa, Harga (X2), dan Promosi (X3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) sedangkan Lokasi (X1) mempunyai pengaruh namun tidak signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Kata kunci: Lokasi, Harga, Promosi, Keputusan Pembeli

ABSTRACT

In this age of globalization, the number of minimarket businesses in Indonesia continues to grow, this is influenced by changes in the lifestyle of the people who more likely to choose something practical. This opportunity is used by business people to jump into the minimarket business by competing to meet the needs and desires of consumers so that competition in the minimarket business becomes increasingly stringent and causes more choices for consumers so consumers become more selective in making purchasing decisions. This study aims to determine the Effect of Location, Price and Promotion of Purchase Decisions at PT Indomarco Prismatama Batam City. This study uses a quantitative approach with Primary data types. The population in this study was 37012 buyers. The number of samples observed were 100 taken using purposive sampling technique using the Slovin formula. The data analysis method used is the descriptive statistics test, instrument quality, classical assumptions, multiple linear regression analysis, T test, F test, and test coefficient of determination. The results of this study indicate that together Location (X1), Price (X2), and Promotion (X3) has an effect of 54,7% on Purchase Decisions (Y). In terms of each independent variable Price (X2), Promotion (X3) has a significant effect on the purchase decision variable (Y). Whereas for Location (X1) it has an influence but not significant to the variable purchase decision (Y). Based on the results of the above research, then the conclusion is that, Price (X2), and Promotion (X3) has an effect on Purchasing Decisions (Y) while Location (X1) has an influence but is not significant on the purchasing decision variable (Y).

Keywords: *Location, Price, Promotion, Purchasing Decision*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa telah memberikan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi sastra satu (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini 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 terimakasih kepada:

1. Ibu 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 Universitas Putera Batam.
4. Dosen dan Staff di Universitas Putera Batam.
5. Manager PT Indomarco Prismatama dan seluruh staf yang telah mengizinkan peneliti melakukan penelitian serta memberikan keterangan dan data yang berkenaan dengan usulan penelitian ini.
6. Keluarga yang selalu mendoakan dan memberi semangat buat saya.
7. Teman-teman yang senantiasa memberikan motivasi dan dorongan untuk tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Serta kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu hingga terselesaikannya Proposal ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa bekenan membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya.

Batam, 02 Februari 2019

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR RUMUS	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Batasan Masalah	8
1.4. Rumusan Masalah.....	8
1.5. Tujuan Penelitian.....	8
1.6. Manfaat Penelitian.....	9
1.6.1. Manfaat teoritis	9
1.6.2. Manfaat praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Kajian Teori	11
2.1.1. Hakikat Keputusan pembelian.....	11
2.1.2. Hakikat Lokasi	15
2.1.3. Hakikat Harga	18
2.1.4. Hakikat Promosi	21
2.2. Penelitian Terdahulu.....	24
2.3. Kerangka Berpikir	26
2.4. Hipotesis Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1. Design Penelitian.....	28
3.2. Operasional Variabel	29
3.2.1. Variabel bebas	29
3.2.2. Variabel Terikat.....	30
3.3. Populasi dan Sampel.....	32
3.3.1. Populasi	32
3.3.2. Sampel.....	32
3.4. Teknik Pengumpulan Data	34
3.5. Metode Analisis Data	36
3.5.1. Uji Statistik Deskriptif	37

3.5.2. Uji Kualitas Instrumen	37
3.5.2.1. Uji Validitas Data	37
3.5.2.2. Uji Reliabilitas	39
3.5.3. Uji Asumsi Klasik	41
3.5.3.1. Uji Normalitas.....	41
3.5.3.2. Uji Multikolinearitas.....	42
3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas	42
3.5.4. Uji Pengaruh.....	43
3.5.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda	43
3.5.4.2. Uji F	43
3.5.4.3 Uji T.....	44
3.5.4.4. Koefisien Determinasi (R^2).....	45
3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	46
3.6.1. Lokasi Penelitian	46
3.6.2. Jadwal Penelitian.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1. Hasil Penelitian.....	47
4.1.1. Profil Responden	47
4.1.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
4.1.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	49
4.1.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
4.2. Analisis Deskriptif Variabel	50
4.2.1. Analisis Deskriptif Variabel Lokasi (X1)	51
4.2.2. Analisis Deskriptif Variabel Harga (X2).....	52
4.2.3. Analisis Deskriptif Variabel Promosi (X3).....	53
4.2.4. Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	53
4.3. Hasil Uji Kualitas.Instrument	54
4.3.1. Hasil Uji Validitas	54
4.3.2. Hasil Uji Reliabilitas	56
4.4. Hasil Uji Asumsi Klasik	58
4.4.1. Uji Normalitas Persamaan.....	58
4.4.2. Uji Multikolinearitas	60
4.4.3. Uji Heteroskedastisitas	62
4.5. Hasil Uji Pengaruh.....	63
4.5.1. Analisis Regresi Linear Berganda	64
4.5.2. Koefisien Determinasi (R^2)	66
4.5.3. Uji t.....	66
4.5.4. Uji F.....	68
4.6. Pembahasan	69
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Simpulan.....	72
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	74

LAMPIRAN 1. PENDUKUNG PENELITIAN
LAMPIRAN 2. DAFTAR RIWAYAT HIDUP
LAMPIRAN 3. SURAT KETERANGAN PENELITIAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Data Penjualan Indomaret Lucky Permai	5
Tabel 1.2 Data Pembeli Indomaret Lucky Permai	5
Tabel 1.3 Data Penjualan Produk Indomaret Lucky Permai.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian.....	31
Tabel 3.3 Pengunjung Indomaret	32
Tabel 3.4 Skala Likert	36
Tabel 3.5 Jadwal Penelitian.....	46
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan	49
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel 4.5 Kriteria Analisis Deskripsi.....	51
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel X1.....	51
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel X2.....	52
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel X3.....	53
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Y.....	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Instrumen	55
Tabel 4.11 Hasil Uji.Realibilitas Lokasi	57
Tabel 4.12 Hasil Uji Realibilitas Harga	57
Tabel 4.13 Hasil Uji.Realibilitas Promosi.....	58
Tabel 4.14 Hasil Uji.Realibilitas Keputusan Pembelian.....	58
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	61
Tabel 4.16 Uji.Heteroskedastisitas.....	62
Tabel 4.17 Uji Analisis.Regresi Linear.Berganda	64
Tabel 4.18 Koefisien Determinasi (R ²)	66
Tabel 4.19 Hasil Uji t.....	67
Tabel 4.20 Hasil Uji F.....	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 4.1 Histogram Uji Normalitas	59
Gambar 4.2 P-P Plot Uji Normalitas.....	60
Gambar 4.3 Scatterplot Uji Normalitas.....	63

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rumus Slovin.....	33
Rumus 3.2 Pearson Product Moment.....	39
Rumus 3.3 Koefisien Reliabilitas Alfa Cronbach.....	40
Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda	43
Rumus 3.5 Uji F.....	44
Rumus 3.6 Uji t	44