

**PENGARUH PROMOSI, GAYA HIDUP DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SHOWROOM
SINARMAS MOBILINDO BATAM**

SKRIPSI



OLEH :

DIAN NOVITASARI

180910177

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

**PENGARUH PROMOSI, GAYA HIDUP DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SHOWROOM
SINARMAS MOBILINDO BATAM**

SKRIPSI

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



Oleh:

Dian Novitasari

180910177

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Dian Novitasari

NPM : 180910177

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

**"PENGARUH PROMOSI, GAYA HIDUP DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SHOWROOM SINARMAS
MOBILINDO BATAM"**

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di 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 naskah skripsi ini digugurkan dan gelar 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,



Dian Novitasari
180910177

**PENGARUH PROMOSI, GAYA HIDUP DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SHOWROOM
SINARMAS MOBILINDO BATAM**

SKRIPSI
Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana

Oleh
Dian Novitasari
180910177

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera dibawah ini

Batam, 29 Juli 2023



Tiurniari Purba, S.E., M.M.
Pembimbing



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Di era dimana setiap orang memiliki beragam pilihan dari berbagai pelaku usaha penyediaan barang dan jasa, pelaku usaha dituntut untuk melakukan upaya ekstra untuk menarik perhatian konsumen. Hal ini dikarenakan pelaku usaha harus selalu sigap dalam menghadapi perubahan yang terjadi di lingkungan sekitarnya. Peluang usaha yang terus bermunculan seiring dengan meningkatnya kebutuhan konsumen mendorong para pelaku usaha untuk terus memberikan ide-ide baru dalam menghadirkan produk yang mereka sediakan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel (X) promosi, gaya hidup dan lokasi terhadap variabel (Y) keputusan pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui angket (kuesioner). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengujian hipotesis dilakukan dengan tujuan untuk memberikan gambaran tentang hubungan masing-masing variabel independen, variabel Promosi (X1), Gaya Hidup (X2) dan Lokasi (X3) mempengaruhi variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y). Dalam penerapannya perusahaan harus memperhatikan variabel Promosi (X1), Gaya Hidup (X2) dan Lokasi (X3) karena ketiga variabel diatas memiliki pengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada perusahaan.

Kata Kunci: Promosi, Gaya Hidup, Lokasi dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

In an era where everyone has a variety of choices from various business actors providing goods and services, business actors are required to make extra efforts to attract the attention of consumers. This is because business actors must always be alert in dealing with changes that occur in the surrounding environment. Business opportunities that continue to emerge with increasing consumer needs encourage businesses to continue to provide new ideas for presenting the products they provide. This study aims to determine the effect of the variable (X) promotion, life style and location on the variable (Y) buying decision. The method used in this study is a quantitative method by collecting data through a questionnaire (questionnaire). The research results show that hypothesis testing is carried out with the aim of providing an overview of the relationship of each independent variable, Promotion (X1), Lifestyle (X2) and Location (X3) variables affect the dependent variable, namely Purchase Decision (Y). In this application, the company must pay attention to the variables Promotion (X1), Lifestyle (X2) and Location (X3) because the three variables above have an influence both partially and simultaneously on the Purchase Decision (Y) in the company.

Keywords: *Promotion, Life Style, Location, Buying Decision*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, 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 sangat menyadari bahwa karya ilmiah ini masih jauh dari kata sempurna. Karena itu, kritik dan saran dengan senang hati penulisk terima untuk memastikan karya ilmiah kedepannya dapat lebih baik lagi. 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 Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I. Kom., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Bapak Jontro Simanjuntak S.Pt, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Ibu Tiurniari Purba, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing skripsi saya pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam yang telah memberikan kritik dan saran bimbingan maupun arahan yang sangat berguna dalam penyusunan skripsi ini
5. Bapak / Ibu dosen dan staff di lingkungan Falkutas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam, khususnya Prodi Studi Manajemen yang telah banyak membantu Penulis dalam penulisan skripsi ini.
6. Kepada Orang Tua, Adik saya yang saya cintai selalu mendoakan, memberikan motivasi dan pengorbanannya baik dari segi moril, materi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada rekan kerja saya yang selalu memberi semangat dan saran kepada saya.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis, semoga Tuhan membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin. Tuhan memberkati.

Batam, 29 Juli 2023

Penulis,

Dian Novitasari
180910177



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.6.1 Secara Teoritis	8
1.6.2 Secara Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Teori Dasar	9
2.1.1 Promosi	9
2.1.1.1 Pengertian	9
2.1.1.2 Tujuan Menjalankan Promosi	11
2.1.1.3 Indikator Promosi	11
2.1.2 Gaya hidup	12
2.1.2.1 Pengertian	12
2.1.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup	13
2.1.2.3 Indikator Gaya hidup	13
2.1.3 Lokasi	14
2.1.3.1 Pengertian	14
2.1.3.2 Jenis-jenis Lokasi	15
2.1.3.3 Indikator Lokasi	16
2.1.4 Keputusan pembelian	16
2.1.4.1 Pengertian	16
2.1.4.2 Jenis Perilaku Dalam Pengambilan Keputusan pembelian	18
2.1.4.3 Indikator Keputusan pembelian	19
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Pemikiran	23
2.3.1 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan pembelian	23
2.3.2 Pengaruh Gaya hidup terhadap Keputusan pembelian	24
2.3.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan pembelian	24

2.4	Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III METODE PENELITIAN		27
3.1	Jenis Penelitian.....	27
3.2	Sifat Penelitian	27
3.3	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	27
3.3.1	Lokasi Penelitian.....	27
3.3.2	Jadwal Penelitian.....	28
3.4	Populasi dan Sampel	28
3.4.1	Populasi	28
3.4.2	Sampel	28
3.5	Sumber Data	29
3.6	Teknik Pengumpulan Data	29
3.7	Operasional Variabel.....	29
3.7.1	Variabel Independen	29
3.7.2	Variabel Dependen.....	32
3.8	Metode Analisis Data	34
3.8.1	Analisis Deskriptif	34
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	34
3.8.2.1	Uji Validitas.....	35
3.8.2.2	Uji Reliabilitas	36
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	36
3.8.3.1	Uji Normalitas.....	36
3.8.3.2	Uji Multikolinieritas	36
3.8.3.3	Uji Heterokedasitas	37
3.8.4	Uji Pengaruh	37
3.8.4.1	Uji Regresi Linear Berganda	37
3.8.4.2	Uji Determinasi (R^2).....	38
3.9	Uji Hipotesis	38
3.9.1	Uji t.....	38
3.9.2	Uji F.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		39
4.1	Hasil Penelitan	39
4.1.1	Profil Responden.....	39
4.1.1.1	Profil Responden berdasar Jenis Kelamin	39
4.1.1.2	Profil Responden berdasar Usia	40
4.1.1.3	Profil Responden berdasar Pendapatan	40
4.1.1.4	Profil Responden berdasar Pekerjaan.....	41
4.1.2	Analisis Deskriptif.....	42
4.1.2.1	Hasil Uji Analisis Deskriptif Promosi (X_1)	42
4.1.2.2	Hasil Uji Analisis Deskriptif Gaya Hidup (X_2)	43
4.1.2.3	Hasil Uji Analisis Deskriptif Lokasi (X_3).....	44
4.1.2.4	Hasil Uji Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	45
4.1.3	Hasil Uji Validitas.....	46
4.1.4	Hasil Uji Realibilitas Data	49
4.1.5	Hasil Uji Asumsi Klasik	50
4.1.5.1	Hasil Uji Normalitas.....	50

4.1.5.2 Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov	51
4.1.5.3 Hasil Uji Multikolinearitas	52
4.1.5.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	53
4.1.6 Hasil Uji Pengaruh	53
4.1.6.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	53
4.1.6.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	54
4.1.7 Uji Hipotesis	55
4.1.7.1 Uji t.....	55
4.1.7.2 Hasil Uji F.....	56
4.2 Pembahasan	57
4.3 Implikasi Hasil Penelitian.....	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	
Lampiran I (Kuesioner)	
Lampiran II (Data Penelitian)	
Lampiran III (Daftar riwayat Hidup)	
Lampiran IV (Surat Penelitian)	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	25
Gambar 4.1 Histogram.....	50
Gambar 4.2 P-P Plot	51

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penjualan Sinar Mas Mobilindo.....	2
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	28
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	33
Tabel 3.3 Rentang Skala	34
Tabel 4.1 Profil Responden berdasar jenis kelamin	39
Tabel 4.2 Profil Responden berdasar Usia	40
Tabel 4.3 Profil Responden berdasar Pendapatan	40
Tabel 4.4 Profil Responden berdasar Pekerjaan.....	41
Tabel 4.5 Tabel Rentang Skala.....	42
Tabel 4.6 Uji Deskriptif Promosi (X_1).....	42
Tabel 4.7 Uji Deskriptif Gaya Hidup (X_2).....	43
Tabel 4.8 Uji Deskriptif Lokasi (X_3)	44
Tabel 4.9 Uji Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	45
Tabel 4.10 Uji Validitas Promosi (X_1).....	46
Tabel 4.11 Uji Validitas Gaya Hidup (X_2).....	47
Tabel 4.12 Uji Validitas Lokasi (X_3)	48
Tabel 4.13 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	48
Tabel 4.14 Hasil Uji Realibilitas	49
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Kolmogorov – Smirnov</i>	51
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	53
Tabel 4.18 Hasil Koefisien Regresi	53
Tabel 4.19 Hasil R^2	55

Tabel 4.20 Hasil Uji t.....	55
Tabel 4.21 Hasil Uji F.....	56

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Uji Validitas	35
Rumus 3.2 Uji Regresi Linear Berganda	37