

**PENGARUH PROMOSI, LOKASI, DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PRODUK JASA LAUNDRY DI LINA LAUNDRY
BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Yuni Simanjuntak
180610008**

**PROGRAM STUDI MANAJEMN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTRA BATAM
TAHUN 2025**

**PENGARUH PROMOSI, LOKASI, DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PRODUK JASA LAUNDRY DI LINA LAUNDRY
BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Yuni Simanjuntak
180610008**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTRA BATAM
TAHUN 2025**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Yuni Simanjuntak

NPM : 180610008

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

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

PENGARUH PROMOSI, LOKASI DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK JASA DI LINA LAUNDRY 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 sumber kutipan dan daftar Pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah “Skripsi” ini dapat dibuktikan terdapat unsurunsur PLAGIASI, saya bersedia naskah “Skripsi” ini digugurkan dan gelar yang saya peroleh dibatalkan, serta diperoses sesuai dengan peraturan perundangundangan yang berlaku.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 11 Februari 2025

A red and white official stamp is visible, featuring the Garuda Pancasila emblem and the text "METERA TEMPAH" and "288AMX159803368". A handwritten signature is written over the stamp.

Yuni Simanjuntak

180610008

**PENGARUH PROMOSI, LOKASI DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
JASA DI LINA LAUNDRY BATAM**

SKRIPSI

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

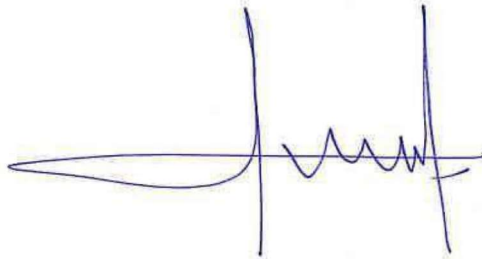
Oleh:

Yuni Simanjuntak

180610008

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

Batam, 11 februari 2025

A handwritten signature in blue ink, consisting of a series of loops and a long horizontal stroke, positioned above the name of the supervisor.

Dr. Wasiman, S.E., M.M.

Pembimbing



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian produk jasa di Lina Laundry. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Lina Laundry yang tidak diketahui jumlahnya karena banyaknya konsumen Lina Laundry. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus lemeshow dengan jumlah perhitungan sebesar 100 responden dengan teknik pengambilan secara purposive sampling. Data dianalisis menggunakan model regresi linear berganda, dengan pengujian uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh dan uji hipotesis. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh sebesar 26,8% terhadap keputusan pembelian, lokasi memiliki pengaruh sebesar 18,3% terhadap keputusan pembelian dan fasilitas memiliki pengaruh sebesar 32,3% terhadap keputusan pembelian. Temuan pengujian dengan menggunakan koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa promosi, lokasi dan fasilitas secara bersama-sama dapat menjelaskan sebanyak 56% dari variasi dalam keputusan pembelian. Selain itu, uji t dan uji F menunjukkan bahwa promosi, lokasi dan fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa Lina Laundry.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of promotion, location, and facilities on the purchasing decisions of service products at Lina Laundry. The population in this study consists of Lina Laundry customers, the number of which is unknown due to the large number of patrons. The sample for this study was determined using the Lemeshow formula, with 100 respondents selected through purposive sampling. The data collected were analyzed using multiple linear regression, including data quality tests, classical assumption tests, influence tests, and hypothesis testing. The results of the analysis show that promotion has an effect of 26.8% on purchasing decisions, location has an effect of 18.3%, and facilities have an effect of 32.3% on purchasing decisions. Based on the coefficient of determination (R^2) test, it was found that promotion, location, and facilities together explain 56% of the variation in purchasing decisions. The results of the t-test and F-test also indicate that promotion, location, and facilities have a positive and significant effect on purchasing decisions for service products at Lina Laundry.

KATA PENGANTAR

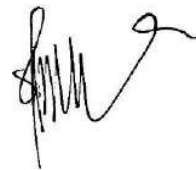
Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) di Program Studi Manajemen Universitas Putra Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan sangat diterima dengan lapang hati. Dengan segala keterbatasan yang ada, penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan tercapai tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis dengan penuh rasa terima kasih menyampaikan penghargaan kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S. Kom., M.SI., selaku Rektor Universitas Putra Batam.
2. Bapak Dr Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I. Kom. selaku Dekan Universitas Putra Batam.
3. Bapak Dr. Wasiman, S.E., M.M. selaku Dosen pembimbing skripsi Universitas Putra Batam yang telah membimbing dan berbagi ilmu pengetahuan.
4. Bapak/Ibu dosen yang telah membimbing saya dari semester satu sampai semester tujuh.
5. Bapak/Ibu Staff UPB yang selalu mendukung dalam administrasi perkuliahan.
6. Responden yang telah membantu penulis untuk mengisi kuesioner yang dapat membantu proses penelitian.
7. Orangtua serta sahabat yang selalu mendukung dan mendoakan saya sampai penulisan skripsi ini selesai.
8. Serta semua pihak yang mendukung dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa yang membalas kebaikan dan selalu melimpahkan berkat dan kasih-Nya kepada kita semua. Amin

Batam, 20 September 2024



Yuni Simanjuntak



DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR RUMUS.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.6.1 Manfaat Teoritis	10
1.6.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Kajian Teori.....	12
2.1.1 Promosi.....	12
2.1.2 Lokasi	14
2.1.3 Fasilitas	16
2.1.4 Keputusan Pembelian	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Kerangka Berpikir	22
2.3.1 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.3.2 Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian	22
2.3.3 Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.3.4 Pengaruh Promosi, Lokasi mosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian	23
2.4 Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Sifat Penelitian	26
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian.....	26
3.3.1 Lokasi Penelitian	26
3.3.2 Periode Penelitian.....	26

3.4 Populasi dan Sampel	27
3.4.1 Populasi.....	27
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel.....	27
3.4.3 Teknik <i>Sampling</i>	28
3.5 Sumber Data.....	29
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	29
3.7 Defenisi Operasional Variabel Penelitian.....	30
3.8 Metode Analisis Data	31
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	31
3.8.2 Uji Kualitas Data.....	32
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	33
3.8.4 Uji Pengaruh	34
3.8.5 Uji Hipotesis	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	38
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	39
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	40
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	41
4.3.1 Analisis Deskriptif Promosi (X1).....	41
4.3.2 Analisis Deskriptif Lokasi (X2)	42
4.3.3 Analisis Deskriptif Fasilitas (X3).....	42
4.3.4 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	43
4.4 Analisis Data.....	44
4.4.1 Uji Kualitas Data.....	44
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	45
4.4.3 Uji Pengaruh	49
4.5 Uji Hipotesis	50
4.5.1 Uji T (Parsial).....	50
4.5.2 Uji F (Simultan)	51
4.6 Pembahasan.....	51
4.6.1 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	51

4.6.2 Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian	52
4.6.3 Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian.....	52
4.7 Implikasi	52
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	55
5.1 Simpulan	55
5.2 Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	24
Gambar 4.1 Histogram.....	46
Gambar 4.2 P-Plot.....	46
Gambar 4.3 Hasil Uji Scatterplot.....	48

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Lina Laundry.....	7
Tabel 3.1 Periode Penelitian.....	27
Tabel 3.2 Pembobotan dan Pemberian Kode.....	29
Tabel 3.3 Defenisi Operasional Variabel	30
Tabel 3.4 Rentang Skala Penulisan.....	32
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	41
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Promosi	41
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Lokasi.....	42
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Fasilitas	43
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Data	44
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 4.11 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov test.....	47
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	47
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	48
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	49
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	50
Tabel 4.16 Hasil Uji t.....	50
Tabel 4.17 Hasil Uji F.....	51

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus Lemeshow.....	28
Rumus 3.2 Rentang Skala.....	31
Rumus 3.3 Regresi Linear Berganda.....	34