

**PENGARUH PROMOSI, LOKASI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI USAHA
DISTRICK27 STORE SURABAYA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

MERY ELY GUNAWANTI

NIM: 20161221193

**PROGRAM STUDI S1-MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2021

**PENGARUH PROMOSI, LOKASI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI USAHA
DISTRICK27 STORE SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh:

Mery Ely Gunawanti

NIM: 20161221193

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2021

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mery Ely Gunawanti

NIM : 20161221193

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar – benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya. Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 30 Desember 2020

Yang membuat pernyataan



Mery Ely Gunawanti

PERSETUJUAN UNTUK UJIAN SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI, LOKASI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI USAHA
DISTRICK27 STORE SURABAYA**

Oleh :

Mery Ely Gunawanti

20161221193

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 30 Desember 2020

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Dr. Mohammad Anang Firmansyah, MM



Marista Oktaviani, SE, MM.

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Anita Roosmawarni, SE, M.SE

PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi ini telah diujikan dan disahkan dihadapan Komisi Penguji.

**Judul : PENGARUH PROMOSI, LOKASI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI USAHA
DISTRICK27 STORE SURABAYA**

**Nama : Mery Ely Gunawanti
NIM : 20161221193
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surabaya**

**Pada Hari / Tanggal: Senin, 18 Januari 2021
Pukul: 11.00 – 12.30**

Komisi Penguji terdiri dari :

Ketua Penguji :



Dr. Didin Fatihudin, SE, M.Si

Anggota I



Dr. Mohammad Anang Firmansyah, MM

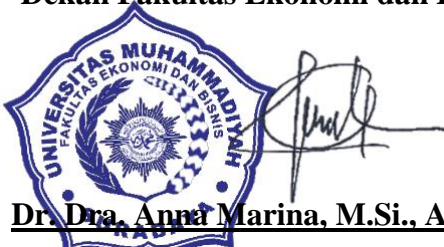
Anggota II



Marista Oktaviani, SE, MM.

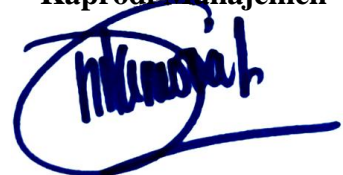
Mengetahui.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Dra. Anna Marina, M.Si., Ak., CA

Kaprodi Manajemen



Anita Roosmawarni, SE., M.SE

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya penyusunan proposal ini dapat diselesaikan dan disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian akhir Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya tahun 2020 dengan judul " PENGARUH PROMOSI, LOKASI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI USAHA DISTRICK27 STORE SURABAYA" dapat terselesaikan dan diajukan.

Dalam penyusunan Skripsi ini peneliti banyak mendapatkan bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak untuk itu perkenankan penulis mengucapkan Terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan Rahmat Serta HidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan baik dan benar.
2. Kedua Orang tua yang selalu mendukung serta mendoakan kelancaran dalam pembuatan Skripsi.
3. Anita Roosmawarni, SE., M.SE selaku Ketua Program studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti program studi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Surabaya.
4. Dr. Mohammad Anang Firmansyah, MM. selaku Pembimbing I yang telah memberikan waktu untuk membimbing dengan penuh kesabaran sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Marista Oktaviani, SE, MM., selaku Pembimbing II yang telah juga memberikan waktu untuk membimbing dengan penuh kesabaran sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Dr. Didin Fatihudin, SE, M.Si. selaku Penguji yang telah memberikan waktu untuk menguji serta memberikan saran untuk menjadikan penelitian ini menjadi lebih baik.
7. Samsul Arifin selaku pemilik usaha DISTRICK27 yang telah memberikan kesempatan dan membantu untuk memberikan banyak informasi bisnisnya

kepada penulis sehingga proposal ini dapat terselesaikan.

8. Responden yang telah bersedia dan meluangkan waktu dan tempat yang diberikan untuk peneliti.
9. Sahabat dan Teman-teman yang selalu mendukung serta mendoakan kelancaran dalam pembuatan Skripsi.
10. Semua Pihak yang terlibat dalam penyusunan Skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Semoga amal kebaikan dan semua mendapat imbalan yang luar biasa dari Allah SWT, dan semoga Skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 30 Desember 2020



Mery Ely Gunawanti

NIM. 20161221193

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI	ii
PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	iii
PERSETUJUAN UNTUK UJIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	9
BAB II.....	11
A. Landasan Teori	11
1. Bauran Pemasaran	11
2. Promosi.....	12
a. Pengertian Promosi	12
b. Indikator Promosi.....	13
3. Lokasi	13
a. Pengertian Lokasi.....	13
b. Penentuan Lokasi	14
c. Indikator Lokasi	15
d. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen	16

4. Kualitas Produk	17
a. Pengertian Kualitas Produk.....	17
b. Kualitas Produk.....	18
c. Ketahanan Dan Keberwujudan (<i>Durability Tangibility</i>), Meliputi:	19
d. Klasifikasi Barang Konsumen (<i>Consumer Goods Classification</i>), Sebagai Berikut:	19
e. Indikator Kualitas Produk	21
f. PengaruhKualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	22
5. Keputusan Pembelian	22
a. Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan Pembelian	23
6. Pengaruh Antar Variabel	26
a. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	26
b. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	27
c. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	28
d. Pengaruh Antara Promosi, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Kerangka Konseptual.....	32
D. Hipotesis	33
BAB III	34
A. Pendekatan Penelitian	34
B. Identifikasi Variabel	34
1. Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	35
2. Variabel terikat (<i>Dependent Variabel</i>)	35
C. Definisi Operasional Variabel	35
1. Promosi (X_1).....	35
2. Lokasi (X_2).....	36
3. Kualitas Produk (X_3).....	37
4. Keputusan Pembelian (Y).....	38
D. Teknik Pengumpulan Data	39
1. Pengumpulan Data Primer.....	39

2.	Pengumpulan data skunder	39
E.	Populasi dan Sampel.....	39
1.	Populasi	39
2.	Sampel	40
F.	Teknik Pengolahan Data.....	41
G.	Analisis Data.....	42
1.	Uji Instrumen	43
a.	Menguji Validitas.....	43
b.	Menguji Reliabilitas.....	43
2.	Uji Hipotesis	44
a.	Uji Asumsi Klasik.....	44
b.	Uji Regresi Linier Berganda	46
c.	Analisis Koefisien Determinan Berganda (R^2) Dan Koefisien Korelasi Berganda (R).....	47
d.	Uji t	47
e.	Uji F	48
	BAB IV	49
	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A.	Hasil Penelitian.....	49
1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
2.	Gambaran Umum Kuesioner	49
B.	Deskripsi Hasil Penelitian.....	50
1.	Deskripsi Responden	50
1)	Jenis Kelamin Responden.....	50
2)	Usia Responden	51
3)	Pendapatan Responden	52
4)	Pekerjaan Responden.....	53
2.	Deskripsi Variabel Penelitian	54
C.	Uji Instrumen	58
1)	Uji Validitas Instrumen.....	58
2)	Uji Reliabilitas Instrumen.....	60

D.	Deskriptif Variabel Penelitian	61
E.	Analisis Hasil Penelitian.....	62
1.	Uji Asumsi Klasik	63
2.	Uji Regresi Linier Berganda.....	67
3.	Uji Parsial (Uji t)	68
4.	Uji Serentak (Uji F)	70
5.	Koefisien Determinasi	71
F.	Pembahasan	72
1.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	72
2.	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	73
3.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	74
4.	Pengaruh Promosi (X1), Lokasi (X2) Dan Kualitas Produk (X3) Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	75
	BAB V.....	77
	PENUTUP.....	77
A.	Simpulan.....	77
B.	Saran	77
	DAFTAR PUSTAKA	79

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Reliabilitas Guifor.....	44
Tabel 4.1 Gambaran Umum Kuesioner	50
Tabel 4.2 Frekuensi Karakteristik Responden	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	52
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel 4.7 Jawaban Responden Terhadap Promosi (X1)	54
Tabel 4.8 Jawaban Responden Terhadap Lokasi (X2).....	55
Tabel 4.9 Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk (X2).....	56
Tabel 4.10 Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	57
Tabel 4.11 Validitas Variabel Promosi	58
Tabel 4.12 Validitas Variabel Lokasi.....	59
Tabel 4.13 Validitas Variabel Kualitas Produk.....	59
Tabel 4.14 Validitas Variabel Keputusan Pembelian	60
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas	61
Tabel 4.16 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	62
Tabel 4.17 P-P Plot Uji Normalitas.....	63
Tabel 4.18 Uji Multikolinearitas	64
Tabel 4.19 Diagram Scatterplot	65
Tabel 4.20 Uji Autokorelasi	66
Tabel 4.21 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	67
Tabel 4.22 Hasil Uji t	69
Tabel 4.23 Hasil Uji F.....	71
Tabel 4.24 Koefisien Determinasi.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Laporan Omset Penjualan District27 Store Surabaya	5
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	32

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN KUISIONER	81
LAMPIRAN TABULASI HASIL KUESIONER.....	87
LAMPIRAN HASIL KUESIONER	89
LAMPIRAN HASIL OLAH DATA.....	94
LAMPIRAN DURBIN WATSON	100
LAMPIRAN TABEL t_{tabel}	101
LAMPIRAN TABEL F_{tabel}	102

DAFTAR PUSTAKA

- Akdon, & Riduwan. (2007). *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Akdon, & Riduwan. (2010). *Rumus dan Data Dalam Analisis Statiska. Cet 2*. Jakarta: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Bandung: Rineka Cipta.
- Assyaumin, M. I., Yunus, M., & Raharjo, S. (2017). Fanatisme Suporter Sepakbola Ditinjau Dari Aspek Sosio-Antropologis (Studi Kasus Aremania Malang). *Sport Science*, 1-16.
- Basu, S., & Irawan. (2001). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Daironi. (2017). *Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Di Wilayah Gentan Kabupaten Sukoharjo*.
- Fatihudin, D. (2012). *Metode Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi dari Teori ke Praktek*. Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Fatihudin, D. (2015). *Metodologi Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi : Dari teori ke praktek*. Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS. Edisi 7. .* Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (edisi ketiga belas jilid 1 dan 2 dialihbahasakan oleh Bob Sabran ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2001). *Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga : Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Magda, K. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada El's Coffee Kartini Bandar Lampung)*.

- Putra, B. W. (2016). Pengaruh Merchandise, Promosi Dan Atmosfir Toko Terhadap Keputusan Pembelian (Study Kasus Pada Bsm Sengkaling). *e – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*.
- Rahmat. (2018). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Cinta Air Hitam Langkat*.
- Saling, M. Y. (2015). Pengantar Bisnis. *Pengantar Bisnis*, 178.
- Santoso, & Hidayat. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Produk Rotiboy Di Mall Kota Semarang).
- Sugiyono. (2009). *Statistika untuk Penelitian, Cetakan Keenam*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Walukow, Mananeke, & Sepang. (2016). *Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Pembelian Bahan Bakar Minyak Jenis Pertalite di Kota Yogyakarta*.