

**PENGARUH LOKASI, MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI TOKO SEPATU BATA LAMONGAN**

SKRIPSI



Oleh :

ABIDATUR ROSYIDAH

NIM : 20121221035

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA

2016

**PENGARUH LOKASI, MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI TOKO SEPATU BATA LAMONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh :

ABIDATUR ROSYIDAH

NIM : 20121221035

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA

2016

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Abidatur Rosyidah

NIM : 20121221035

Program Studi : S1 – Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis benar-benar tulisan saya dan bukan merupakan plagiat baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila dikemudian 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, 3 Agustus 2016

Yang membuat pernyataan

Abidatur Rosyidah

Persetujuan Untuk Ujian Skripsi

**PENGARUH LOKASI, MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI TOKO SEPATU BATA LAMONGAN**

Oleh :

ABIDATUR ROSYIDAH

NIM 20121221035

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diajukan

Surabaya, 3 Agustus 2016

Dosen pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

Dr. Didin Fatihudin, SE, M. Si

Dra. SitiSalbiyah, M.kes

Mengetahi :

Kaprodi Manajemen

Anita Roosmawarni, SE., M.SE

PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi ini telah diajukan dan disahkan dihadapan Komisi Penguji.

Program Studi : Manajemen

Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surabaya

Pada Hari / Tanggal :

Komisi Penguji terdiri dari :

Ketua Penguji :

Andi Wardhana, S.H,

Anggota

Anggota

Dr. Didin Fatihuddin, SE., M.Si

Dra. Siti Salbiyah, M.kes

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Kaprodi Manajemen

Dr. Anna Mariana, M.Si, Ak., CA

Anita Roosmawarni, SE., M.SE

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan petunjuk dan rahmat-NYA sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi dengan judul : “Pengaruh Lokasi, Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Sepatu Bata Lamongan.”

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini tidak lain adalah untuk memenuhi persyaratan guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi dari Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya. Sehubungan dengan terselesaikannya skripsi tersebut, penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terimakasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Dr. dr Sukadiono, MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Ibu Dr. Anna Mariana, Ak, M.Si, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surabaya beserta jajarannya yang banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Anita Roosmawarni, SE., M.SE selaku ketua program studi Manajemen yang sudah memberikan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Andi Wardhana, S.H, M.Si selaku Dosen penguji yang senantiasa membimbing dan memberikan kritik serta saran yang membangun dalam penelitian skripsi ini.
5. Bapak Dr. Didin Fatihudin, SE, M. Si selaku dosen pembimbing 1 yang senantiasa meluangkan waktu dan pikirannya yang sangat berharga untuk

membimbing, mengarahkan, dan memberikan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Ibu Dra. Siti Salbiyah, M.Kes selaku dosen pembimbing 2 yang senantiasa meluangkan waktu dan pikirannya yang sangat berharga untuk membimbing, mengarahkan, dan memberikan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan para staf yang selama ini memberikan ilmu dan teladan yang berarti selama di UM Surabaya.
8. Kedua orang tua penulis, Ayahanda Said dan Ibunda Surati yang senantiasa mendidik dan mengajarkan dengan penuh cinta dan kesabaran serta mencurahkan kasih sayang tiada tara, dan selalu mendo'akan penulis agar menjadi anak yang sholehah dan berguna bagi agama, orang tua, keluarga, masyarakat, bangsa, dan negara.
9. Semua pihak dan sahabat-sahabatku yang sangat baik hati, terima kasih atas bantuan dan dorongannya selama ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran membangun sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Surabaya, 03 Agustus 2016

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penulisan	5
D. Manfaat penulisan	6
E. Sistematika Skripsi.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	8
1. Pemasaran	8
2. Strategi Pemasaran.....	9
3. Bauran Pemasaran.....	10
4. Perilaku Konsumen.....	12
5. Lokasi.....	14
6. Merek.....	17
7. Harga.....	25
8. Keputusan Pembelian	27
B. Penelitian Terdahulu	31
C. Kerangka konseptual.....	34
D. Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian	36
B. Identifikasi Variabel	36
C. Definisi Operasional Variabel	36
D. Teknik Pengumpulan Data.....	37

E. Populasi dan Teknik Sampling	39
F. Teknik Pengolahan Data	40
G. Analisis Data	41
1. Uji Instrumen	41
a. Uji Validitas.....	41
b. Uji Reliabilitas.....	41
2. Uji Asumsi Klasik.....	42
a. Uji Multikolinearitas.....	42
b. Uji Heteroskedastisitas	43
c. Uji Normalitas	43
3. Uji Regresi Linier Berganda	43
a. Uji F	44
b. Uji T	45

BAB IV PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	46
1. Sepatu Bata	46
2. Gambaran Umum Responden.....	47
B. Deskripsi Hasil Penelitian.....	49
1. Uji Instrumen	49
a. Uji Validitas.....	50
b. Uji Reliabilitas.....	52
2. Uji Asumsi Klasik.....	53
a. Uji Multikolinearitas.....	55
b. Uji Heteroskedastisitas	54
c. Uji Normalitas	55
3. Uji Regresi Linier Berganda	55
a. Analisis Regresi Linier Berganda	55
b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	58
c. Uji F	60
d. Uji t.....	61

Halaman

C. Pembahasan.....	62
1. Karakteristik Responden Pengunjung di Toko Sepatu Bata Lamongan	62
2. Pengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	63
3. Pengaruh Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	63
4. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	64
5. Pengaruh yang Lebih Dominan Antara Lokasi, Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian ...	65

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Kesimpulan	66
B. Saran	66

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN

DAFTAR RUJUKAN

- Ambadar, J. Et, al. (2007). *Mengelola Merek*, Jakarta: Yayasan Bina Karsa Mandiri.
- Antaril, K. R. M. et, al. (2014). “Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Berbelanja Pada Mini Market Sastra Mas Tabanan”. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, Vol.4, No. 1.
- Cretu, E.A. (2007). The Influence of Brand Image and Company Reputation Where Manufacturers Market to Small Firms: A Customer Value Perspective. *Journal of Industrial Marketing Manajemen*. 230 – 240.
- Fadmawati, M.P. (2014). Analisis Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi, dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Farhan, M.Y. (2015). Analisis pengaruh citra merek, desain produk, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Skripsi*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Fatihudin, Didin, (2012), *Metode Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi dari Teori ke Praktek*, PPs UMSurabaya, Edisi Pertama, Surabaya.
- Foster, B. (2008). *Manajemen Ritel*, Bandung: ALFABETA.
- [https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten Lamongan](https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Lamongan). Dari Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas.
- <http://infodanpengertian.blogspot.co.id/2015/04/pengertian-merk-brand-menurut-para-ahli>.
- <http://junaidichaniago.wordpress.com>
- <http://shahnaznadyalubis.blogspot.com/2015/02/sepatu-bata-a.html>.
- <http://www.britama.com/index.php/2015/05/laba-bersih-bata-sepatu-bata-tbk-pada-q1-2015-anjilok>.
- Kotler, P dan Keller, Kevin Lane, (2009), *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1 : Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Amstrong, (2008), *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Prasasti, N. (2013), Sejarah Perkembangan Lamongan. *Journal Ilmu Sosial*.
- Puspita, D.S. et, al. (2014), Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Yoghurt. *Journal*.
- Sadewo, D.H.T. (2012), Pengaruh Merek dan Harga Terhadap Volume Penjualan Produk Zippin di PT.Klip Plastik Cabang Surabaya.*Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surabaya
- Sapiah & Syihabudhin. (2008). *Manajemen Bisnis Ritel*, Yogyakarta: CV. ANDI.

- Setiawan, W. & Sugiharto, S. (2014), Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Tipe G di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 2. No. 1.
- Severi, E. & Ling, K. C. (2013). "The Mediating Effects of Brand Association, Brand Loyalty, Brand Image and Perceived Quality on Brand Equity". *The Journal of Asian Social Science*, Vol. 9, No. 3.
- Sunyoto Danang, (2013), " *Teori, Kuesioner & Analisis Data*". Edisi Pertama.
- Suryani Tatik, (2008), *Perilaku Konsumen (Implikasi pada Strategi Pemasaran)*, Edisi Pertama, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono Fandy, (2011), *Manajemen dan Strategi Merek*, Edisi 1. Yogyakarta.
- Universitas Muhammadiyah, 2014, *Pedoman Penulisan Skripsi Edisi Ketiga*, Surabaya: Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- Zuliani, S. (2005). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Berbelanja di Minimarket. *Skripsi*. Universitas Negeri Semarang.