

**PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MINAMART
PT KELOLA MINA LAUT**

SKRIPSI



Oleh :

Mohammad Ivan Fatoni

NIM : 170301145

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK
2021**

**KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MINAMART
PT KELOLA MINA LAUT**

SKRIPSI



Untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh :
Mohammad Ivan Fatoni
170301145

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK
2021**

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MINAMART
PT KELOLA MINA LAUT**

Oleh :
Mohammad Ivan Fatoni
170301145

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal : 26 Januari 2021

Pembimbing



Dr. Sukaris, S.E., M.SM
NIP. 03110506119

Penguji 1



Anita Handayani, S.E., M.S.M
NIP. 03111507177

Penguji 2



Dr. Rahmat Agus Santoso, SE.,MM
NIP. 03110706141

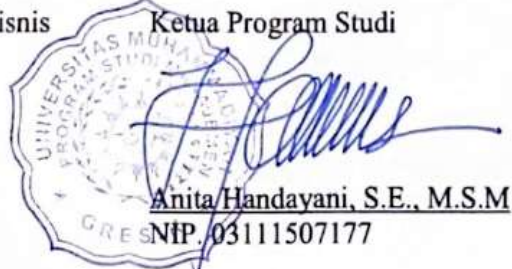
Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



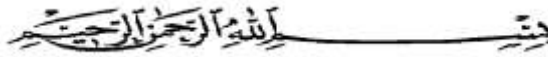
Suwarno, SE., M.Si
NIP. 03219604028

Ketua Program Studi



Anita Handayani, S.E., M.S.M
NIP. 03111507177

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah kami panjatkan kehadiran Allah SWT, atas berkat limpahan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan sebuah Skripsi dengan Judul **“Pengaruh Promosi, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minamart PT Kelola Mina Laut”**.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik.

Dengan tersusunnya skripsi ini penulis menyadari dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan pihak lain. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Prof. Dr. Ir. Setyo Budi, M.S, selaku rektor Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Suwarno S.E., M.Si selaku Dekan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik.
3. Anita Handayani. S.E., M.SM. selaku Ka Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik.
4. Dr.Sukaris. S.E, M.SM selaku Dosen Pembimbing pertama yang dengan telaten dan sungguh-sungguh dalam menyampaikan bimbingannya.
5. Semua Dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi peneliti.

6. Rekan-rekan seangkatan tahun 2017, khususnya kelas manajemen pemasaran sore.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa skripsi ini masih banyak kekurangannya. Untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diperlukan demi kesempurnaan skripsi ini, dengan kerendahan hati penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya.

Gresik, 19 Oktober 2020

Mohammad Ivan Fatoni



DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAKSI	x
ABSTRACT	xi
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Promosi.....	12
2.2.2 Harga	14
2.2.3 Lokasi	16
2.2.4 Keputusan Pembelian	19
2.2.5 Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.	24
2.2.6 Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.2.7 Hubungan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian ...	25
2.3 Hipotesis	25
2.4 Kerangka Berpikir	26
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Pendekatan Penelitian.....	27
3.2 Lokasi Penelitian.....	27
3.3 Populasi Dan Sampel.....	27
3.3.1 Populasi	27
3.3.2 Sampel	28
3.4 Identifikasi Variabel Dan Definisi Operasional	28
3.4.1 Identifikasi Variabel	28
3.4.2 Definisi Operasional.....	29
3.5 Teknik Pengukuran Data	30
3.6 Jenis Dan Sumber Data	30
3.6.1 Jenis Data.....	30
3.6.2 Sumber Data	31

3.7	Teknik Pengumpulan Data	31
3.8.	Uji Instrumen	32
3.8.1	Uji Validitas.....	32
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	32
3.9	Uji Asumsi Klasik	33
3.9.1	Uji Normalitas	33
3.9.2	Uji Multikolinearitas	33
3.9.3	Uji Heteroskedastisitas	34
3.10	Teknik Analisis Data	34
3.10.1	Analisis Regresi Linear Berganda	35
3.10.2	Koefisien Determinasi (R^2)	35
3.10.3	Uji Hipotesis Parsial (t)	36
BAB IV	HASIL PENELITIAN.....	38
4.1	Gambaran Penelitian	39
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	39
4.2.1	Deskripsi Data Penelitian	39
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.2.3	Rekapitulasi Tanggapan Responden	40
4.3	UJi Instrumen	45
4.3.1	Uji Validitas.....	45
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	46
4.4	Uji Asumsi Klasik	47
4.3.1	Uji Normalitas	47
4.3.2	Uji Multikoloniearitas	47
4.3.3	Uji Heteroskedastisitas	48
4.5	Analisis Data	49
4.5.1	Uji Regresi Linear Berganda	49
4.5.2	Uji Koefisien Determinasi.....	50
4.5.3	Uji Signifikansi.....	51
4.6	Interpretasi Hasil	51
BAB V	SIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	54
5.1	Kesimpulan.....	54
5.2	Rekomendasi	54
5.2.1	Bagi Minamart PT. Kelola Mina Laut	54
5.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya	55
DAFTAR PUSTAKA	56	
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1 Data Penjualan Minamart Tahun 2015-2019	4
Tabel 1.2 Data Promosi Minamart Tahun 2015-2019	5
Tabel 1.3 Data Perbandingan Harga PT KML.....	6
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu Dan Penelitian Sekarang.....	11
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	30
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Rentang Skala	41
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Kuesioner Terkait Keputusan Pembelian	41
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Kuesioner Terkait Promosi.....	42
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Kuesioner Terkait Harga	43
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Kuesioner Terkait Lokasi	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolonieritas	48
Tabel 4.11 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	48
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	49
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	50
Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial (Uji t)	51

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian Konsumen	19
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	26



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Tabulasi Data

Lampiran 3 : Hasil Output SPSS Frekuensi Data

Lampiran 4 : Hasil Output SPSS Uji Instrumen

Lampiran 5 : Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik

Lampiran 6 : Hasil Output SPSS Analisis Data

Lampiran 7 : Berita Acara Bimbingan Skripsi

Lampiran 8 : Surat Keterangan Bebas Plagiat

Lampiran 9 : Surat Balasan Izin Penelitian

Lampiran 10 : Pernyataan Keaslian Tulisan

Lampiran 11 : Persetujuan Revisi Skripsi

M. Ivan Fatoni, 170301145, **Pengaruh Promosi, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minamart PT. Kelola Mina Laut**, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik, Januari, 2021.

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan pengujian pengaruh promosi, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Minamart PT. Kelola Mina Laut. Informasi yang diperoleh dari hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan untuk peneliti selanjutnya dan pengusaha Minamart PT. Kelola Mina Laut. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Minamart PT. Kelola Mina Laut, dengan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 140 konsumen. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yaitu hasil penyebaran kuesioner kepada para responden yaitu konsumen Minamart PT. Kelola Mina Laut. Jenis data yang digunakan yaitu data subyektif yang berupa tanggapan tertulis sebagai tanggapan kuesioner. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis regresi linear berganda. Untuk mengetahui signifikansi variabel-variabel penelitian secara parsial terhadap keputusan pembelian digunakan teknik uji t. Dengan menggunakan taraf signifikansi 5% atau 0,05. Hasil menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan signifikansi $0,001 < 0,05$, dan variabel lokasi berpengaruh positif tidak signifikan dengan terhadap keputusan pembelian dengan signifikansi $0,064 > 0,05$.

Kata kunci : Promosi, Harga, Lokasi dan Keputusan Pembelian.

M. Ivan Fatoni, 170301145, The Influence of Promotion, Price and Location on Purchasing Decisions at Minamart PT. Kelola Mina Laut, Management, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Gresik, Januari, 2021.

Abstract

This study aims to test the effect of promotion, price and location on purchasing decisions at Minamart PT. Kelola Mina Laut. Information obtained from the results of this study can be used as input for further researchers and entrepreneurs of Minamart PT. Kelola Mina Laut. The population used in this study were consumers of Minamart PT. Kelola Mina Laut, with the number of samples in this study as many as 140 consumers. Sources of data in this study are primary data, namely the results of distributing questionnaires to respondents, namely the Minamart PT. Kelola Mina Laut. The type of data used is subjective data in the form of written responses in response to questionnaires. The analysis model used in this research is multiple linear regression analysis model. To determine the significance of research variables partially on purchasing decisions used the t test technique. By using a significance level of 5% or 0.05. The results show that the promotion variable has a positive and significant effect on purchasing decisions with a significance of $0.000 < 0.05$, the price variable has a positive and significant effect on purchasing decisions with a significance of $0.001 < 0.05$, and the location variable has a positive and insignificant effect on purchasing decisions with significance. $0.064 > 0.05$.

Keyword : Promotion, Price, Location and Purchasing Decisions