

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, HARGA, LOKASI  
DANKUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA PERUMAHAN REGENCY MAYJEND  
SUNGKONO GRESIK**

SKRIPSI



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK  
2020**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena hanya berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Promosi penjualan, Harga, Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Regency Mayjend Sungkono Gresik”** guna memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi program studi Manajemen Pemasaran pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik.

Dengan selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak. Oleh karena itu dengan kerendahan hati perkenankanlah pada kesempatan ini peneliti menyampaikan rasa terima kasih serta hormat kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Setyo Budi, MS., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Suwarno, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik
3. Anita Handayani, SE., M.SM., selaku Ka. Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik
4. Moh. Agung Surianto, SE., M.S.M, CSRS selaku pembimbing utamanya yang telah memberikan petunjuk yang sangat bermanfaat dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Semua Dosen program studi Ekonomi Manajemen yang selama ini telaten membimbing penulis sampai tugas akhir skripsi ini.
6. Kepada orang tua yang telah memberikan doa restu, nasehat serta dorongan

semangat yang sangat berarti bagi peneliti.

7. Perumahan Regency Mayjend Sungkono Gresik yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian.
8. Sahabat dan teman-teman Angkatan 2016 yang memberikan dorongan, semangat, serta melewati proses perkuliahan dengan suka dan duka Bersama peneliti.
9. Semua pihak yang terkait dalam pembuatan proposal penelitian ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Peneliti sangat menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun, sangat peneliti harapkan agar penyusunan skripsi ini akan menjadi lebih baik dan lebih sempurna.

Segala bentuk kepedulian yang telah diberikan kepada peneliti oleh semua pihak tersebut semoga mendapat imbalan yang layak dari Allah S.W.T. *Amin, amin, ya Robbal'Alamin*. Akhir kata peneliti berharap skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan dan semoga Allah S.W.T. senantiasa meninggikan derajat orang-orang yang berilmu.

Gresik, 06 Juli 2020

Peneliti

Fandy S. Ardiansyah, 16.311.009, Pengaruh Promosi Penjualan, Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Regency Mayjend Sungkono Gresik, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik, 24 Juli 2020

## Abstraksi

PT. Pilarland Gresik memiliki lahan terluas dan unit rumah terbanyak di lokasi Jl. Mayjend Sungkonodengan nama perumahan Regency Meyjend Soengkono. Regency Meyjend Soengkono yang merupakan hunian asri, modern dan nyaman dengan fasilitas *one gate system* dan kemudian akses tranportasi yang lengkap. Perumahan Regency Mayjend Soengkono berlokasi pada jalan Jl. Raya Kedanyang No. 02 Kec. Kebomas, Gresik, Jawa Timur. Target penjualan yaitu 20 unit rumah, sedangkan realisasi penjualan tidak pernah mencapai target. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui keputusan pembelian perumahan Regency Meyjend Soengkono, PT. Pilarland Gresik dengan berdasarkan pada promosi penjualan, harga, lokasi dan kualitas produk. Penelitian ini menggunakan sumber data dari kuisioner. Jumlah populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah semua konsumen pada perumahan Mayjend Soengkono Gresik dari tahun 2015 sampai dengan 2019 yaitu sebanyak 55 orang.

Pada penelitian ini lolos uji instrumen yakni uji validitas dan uji reliabilitas. Penelitian ini juga lolos uji asumsi klasik yakni uji normalitas, multikolineitas dan heteroskedastisitas. Regresi yang digunakan pada penelitian yakni regresi linier berganda dengan fungsi persamaan yang diperoleh:  $Y = 0,204 + 0,166X_1 + 0,128X_2 + 0,279X_3 + 0,354X_4 + e$ . Pada analisis determinasi, diketahui bahwa variabel promosipenjualan, harga,lokasi dan kualitas produk mampu menjelaskan variabel terikat Y, sebesar 89,2%, sedangkan 10,8% disebabkan faktor lain yang tidak terdapat dalam model ini. Pada uji hipotesis, yakni Uji t, variabel promosi penjualan, lokasi dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, Sedangkan variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci:** PT. Pilarland Gresik, keputusan pembelian, promosi penjualan, harga, lokasi dan kualitas produk

Fandy S. Ardiansyah, 16.311.009, Pengaruh Promosi Penjualan, Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Regency Mayjend Sungkono Gresik, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik, 24<sup>th</sup> July 2020

### Abstract

PT. Pilarland Gresik has the largest land area and most housing units on the location of Jl. Mayjend Sungkono by the name of Regency Meyjend Soengkono housing. Regency Meyjend Soengkono which is a beautiful, modern and comfortable residence with one gate system and then access to complete transportation. Mayjend Soengkono Regency housing estate is located on Jl. Raya Kedanyang No. 02 Kec. Kebomas, Gresik, East Java. The sales target is 20 housing units, while the sales realization has never reached the target. The purpose of this study was to determine the decision to purchase Regency Meyjend Soengkono housing, PT. Pilarland Gresik based on sales promotion, price, location and product quality. This study uses data sources from questionnaires. The population used in this study were all consumers in Mayjend Soengkono Gresik housing complex from 2015 to 2019, as many as 55 people.

In this study passed the test instrument that is the test of validity and reliability testing. This study also passed the classical assumption test, namely the test for normality, multicollinearity and heteroscedasticity. The regression used in this study is multiple linear regression with the equation function obtained:  $Y = 0,204 + 0,166X_1 + 0,128X_2 + 0,279X_3 + 0,354X_4 + e$ . In the analysis of determination, it is known that the variables of sales promotion, price, location and product quality are able to explain the dependent variable Y, at 89.2%, while 10.8% is due to other factors not included in this model. In the hypothesis test, namely the t test, sales promotion variables, location and product quality affect the purchase decision, while the price variable does not affect the purchase decision.

**Keywords:** Gresik, buying decision, sales promotion, price, location and product quality

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI .....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
ABSTRACT .....	xv
BAB I: PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	13
1.3. Tujuan Penelitian .....	13
1.4. Manfaat Penelitian .....	14
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu .....	16
2.2. Landasan Teori .....	21
2.2.1. Konsep Pemasaran .....	21
2.2.2. Teori Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	22
2.2.3. Keputusan Pembelian.....	23
2.2.4. Jenis-Jenis Perilaku Keputusan Pembelian .....	24
2.2.5. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	26
2.2.6. Tahapan – Tahapan dalam Melakukan Keputusan Pembelian.....	28
2.2.7. Promosi .....	30
2.2.8. Bauran Promosi.....	31
2.2.9. Promosi Penjualan.....	33
2.2.10. Harga .....	34
2.2.10.1. Jenis-Jenis Harga .....	37
2.2.10.2. Penetapan Harga .....	38
2.2.11. Lokasi .....	40
2.2.12. Kualitas Produk.....	42
2.3. Hubungan Setiap Variabel Independen Terhadap Variabel	

Dependen.....	44
2.3.1. Hubungan Promosi Penjualan dengan Keputusan Pembelian .....	44
2.3.2. Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian .....	45
2.3.3. Hubungan Lokasi dengan Keputusan Pembelian.....	46
2.3.4. Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian .....	46
2.4. Hipotesis.....	47
2.5. Kerangka Berpikir.....	47
 BAB III: METODE PENELITIAN	
3.1. Pendekatan Penelitian .....	49
3.2. Lokasi Penelitian.....	49
3.3. Populasi dan Sampel .....	49
3.3.1. Populasi .....	49
3.3.2. Sampel.....	50
3.4. Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel.....	50
3.4.1. Identifikasi Variabel .....	50
3.4.2. Definisi Operasional Variabel .....	51
3.5. Pengukuran Data .....	53
3.6. Jenis dan Sumber Data.....	54
3.6.1. Jenis Data .....	54
3.6.2. Sumber Data.....	54
3.7. Teknik Pengambilan Data .....	54
3.8. Uji Instrumen Penelitian .....	54
3.8.1. Uji Validitas .....	55
3.8.2. Uji Reliabilitas .....	56
3.8.3. Uji Asumsi Klasik.....	56
3.8.3.1. Uji Normalitas.....	57
3.8.3.2. Uji Multikolinearitas.....	57
3.8.3.3. Uji Heteroskedastisitas.....	58
3.9. Teknik Analisis Data.....	58
3.9.1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
3.9.2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	59
3.10. Uji Hipotesis .....	59
3.10.1. Uji t (Uji Parsial) .....	59
 BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN INTERPRETASI	
4.1. Gambaran Umum dan Objek Peneltian .....	61
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan .....	61
4.1.2. Gambaran Objek Penelitian.....	61
4.2. Karakteristik Responden .....	62
4.2.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	62
4.2.2. Responden Berdasarkan Usia .....	63
4.2.3. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	63
4.2.4. Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	64

4.2.5. Responden Berdasarkan Pendapatan .....	65
4.2.6. Responden Berdasarkan Mengetahui Perumahan Regency .....	65
4.2.7. Responden Berdasarkan Cara Bayar .....	66
4.2.8. Responden Berdasarkan Tahun Tanda Jadi Pembelian .....	66
4.2.9. Responden Berdasarkan Blok Perumahan .....	67
4.2.10. Responden Berdasarkan Pembayaran Uang Muka ....	68
4.3. Tanggapan Responden .....	68
4.3.1. Promosi Penjualan( $X_1$ ).....	70
4.3.2. Harga ( $X_2$ ) .....	71
4.3.3. Lokasi ( $X_3$ ) .....	72
4.3.4. Kualitas Produk ( $X_4$ ) .....	74
4.3.5. Keputusan Pembelian (Y) .....	76
4.4. Uji Instrumen .....	78
4.4.1. Uji Validitas .....	78
4.4.2. Uji Reliabilitas.....	80
4.5. Uji Asumsi Klasik .....	81
4.5.1. Uji Normalitas .....	81
4.5.2. Uji Multikolinearitas .....	81
4.5.3. Uji Heteroskedastisitas .....	82
4.6. Analisis Data .....	82
4.6.1. Analisis Regresi Linier Berganda .....	82
4.6.2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	84
4.7. Uji Hipotesis .....	84
4.7.1. Uji t.....	85
4.8. Interpretasi Hasil Analisis .....	86
 BAB V: SIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1. Simpulan .....	91
5.2. Rekomendasi .....	92
5.2.1. Bagi Aspek Manajerial .....	92
5.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya .....	95
 DAFTAR PUSTAKA .....	97
 LAMPIRAN .....	102

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	Halaman 48
------------------------------------	---------------



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	6
Tabel 1.2	7
Tabel 1.3	8
Tabel 1.4	10
Tabel 1.5	11
Tabel 1.6	12
Tabel 2.1	18
Tabel 4.1	62
Tabel 4.2	63
Tabel 4.3	63
Tabel 4.4	64
Tabel 4.5	65
Tabel 4.6	65
Tabel 4.7	66
Tabel 4.8	66
Tabel 4.9	67

Tabel 4.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Pembayaran Uang Muka.....	68
Tabel 4.11	Tanggapan Responden.....	69
Tabel 4.12	Tanggapan dan Penilaian Responden Promosi Penjualan X <sub>1</sub> ...	70
Tabel 4.13	Tanggapan dan Penilaian Responden Harga X <sub>2</sub> .....	71
Tabel 4.14	Tanggapan dan Penilaian Responden Lokasi X <sub>3</sub> .....	73
Tabel 4.15	Tanggapan dan Penilaian Responden Kualitas Produk X <sub>4</sub> .....	74
Tabel 4.16	Tanggapan dan Penilaian Responden Keputusan Pembelian Y	76
Tabel 4.17	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian .....	78
Tabel 4.18	Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	80
Tabel 4.19	Rekapitulasi Hasil Uji Normalitas Instrumen Penelitian.....	81
Tabel 4.20	Rekapitulasi Hasil Uji Multikolineritas Instrumen Penelitian..	81
Tabel 4.21	Rekapitulasi Hasil Uji Heteroskedastisitas Instrumen Penelitian .....	82
Tabel 4.22	Uji Regresi Linier Berganda.....	83
Tabel 4.23	Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	84
Tabel 4.24	Hasil Analisis Uji Hipotesis (Uji t) .....	85

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Rekapitulasi Kuesioner

Lampiran 3 Tabel r Nilai Korelasi

Lampiran 4 Tabel Titik Prosentase Distribusi t

Lampiran 5 Hasil Output SPSS

