

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN *STORE ATMOSPHERE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOPERASI PONDOK
PESANTREN MAMBA'US SHOLIHIN SUCI KOTA GRESIK.
(STUDI PADA MASYARAKAT SUCI GRESIK)**



Oleh :
REZA ASKRUN ASHADI
NIM : 18.030.1233

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

2021

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN *STORE ATMOSPHERE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOPERASI PONDOK
PESANTREN MAMBA'US SHOLIHIN SUCI KOTA GRESIK.
(STUDI PADA MASYARAKAT SUCI GRESIK)**



Untuk Menyusun Skripsi Pada Program Strata Satu (S1)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh :

REZA ASKRUN ASHADI

NIM : 18.030.1233

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK
2021**

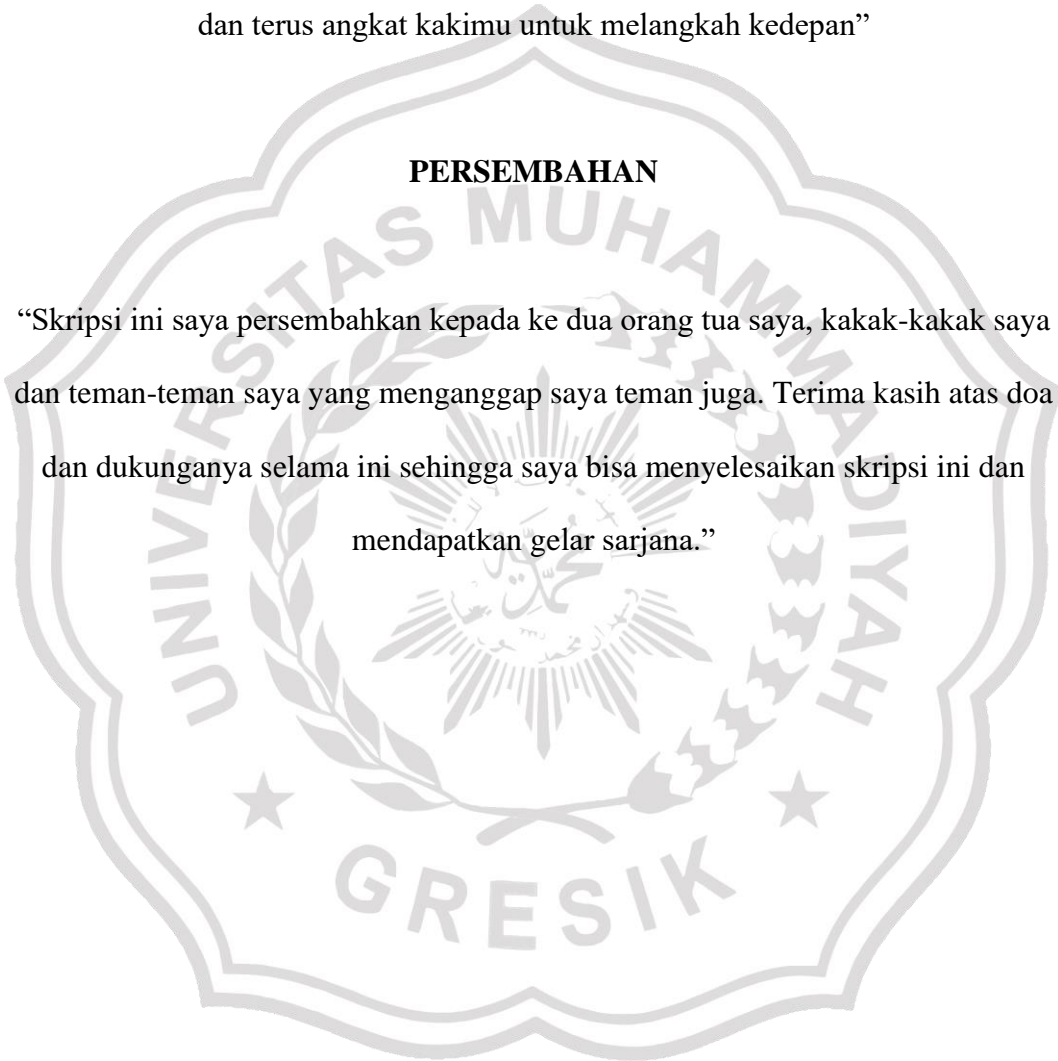
MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Jadilah lebih baik dari hari kemarin, lupakan apa yang telah terjadi pada hari ini dan terus angkat kakimu untuk melangkah kedepan”

PERSEMBAHAN

“Skripsi ini saya persembahkan kepada ke dua orang tua saya, kakak-kakak saya dan teman-teman saya yang menganggap saya teman juga. Terima kasih atas doa dan dukunganya selama ini sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dan mendapatkan gelar sarjana.”



KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah kami panjatkan kehadirat Allah SWT, atas berkat limpahan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan sebuah

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Harga, Lokasi, Dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Koperasi Pondok Pesantren Mamba’us Sholihin Suci Kota Gresik. (Studi Pada Masyarakat Suci Gresik)”**

Skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu persyaratan menyusun skripsi pada program Strata satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Dengan tersusunnya Skripsi penulis berharap kepada Bapak pengampu atau pembimbing berkenan meluangkan waktu untuk membina dan membimbing pembuatan karya ilmiah yang ditugaskan kepada Mahasiswa.

Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat :

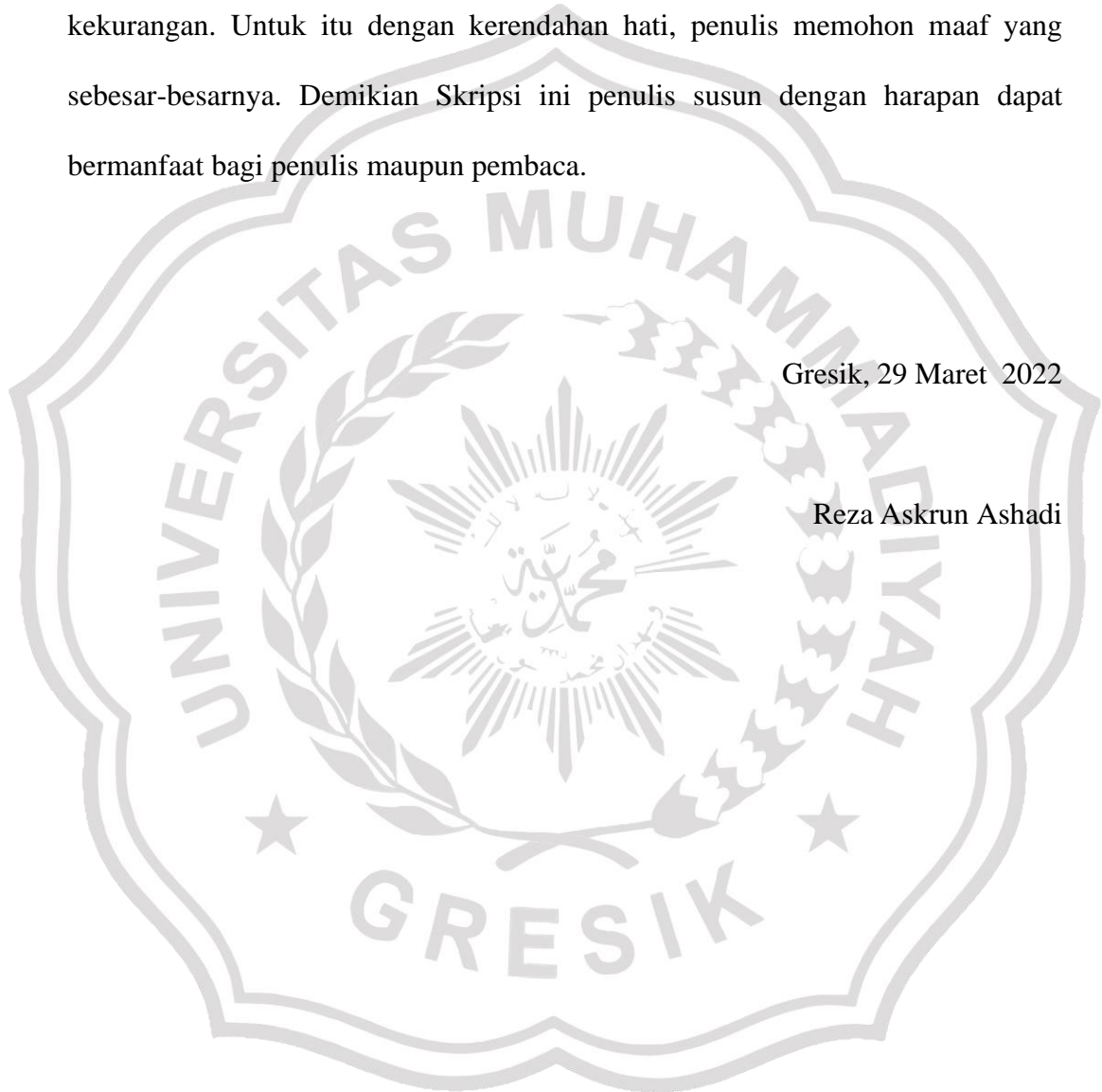
1. Dr. Eko Budi Leksono, S.T., M.T selaku rektor Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Dr. Tumirin, S.E., M.Si selaku Dekan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik.
3. Maulidyah Amalina Rizqi, S.E, M.M selaku Kepala Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik.
4. Dr. Sukaris, SE.,M.SM selaku Dosen Pembimbing penyusunan Skripsi, sekaligus dosen pengampu Mata Kuliah Seminar Proposal.
5. Kedua orang tua tercinta dan keluarga yang selalu memberikan motivasi dan dukungan dalam menyelesaikan laporan ini.

6. Choirotun Nisa', selaku yang selalu memberikan semangat dan membimbing dalam proses pengerjaan penelitian ini.
7. Rekan-rekan seangkatan Tahun Akademik 2018 yang telah memberikan dukungan atas terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa dalam penulisan ini masih banyak kekurangan. Untuk itu dengan kerendahan hati, penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya. Demikian Skripsi ini penulis susun dengan harapan dapat bermanfaat bagi penulis maupun pembaca.

Gresik, 29 Maret 2022

Reza Askrun Ashadi

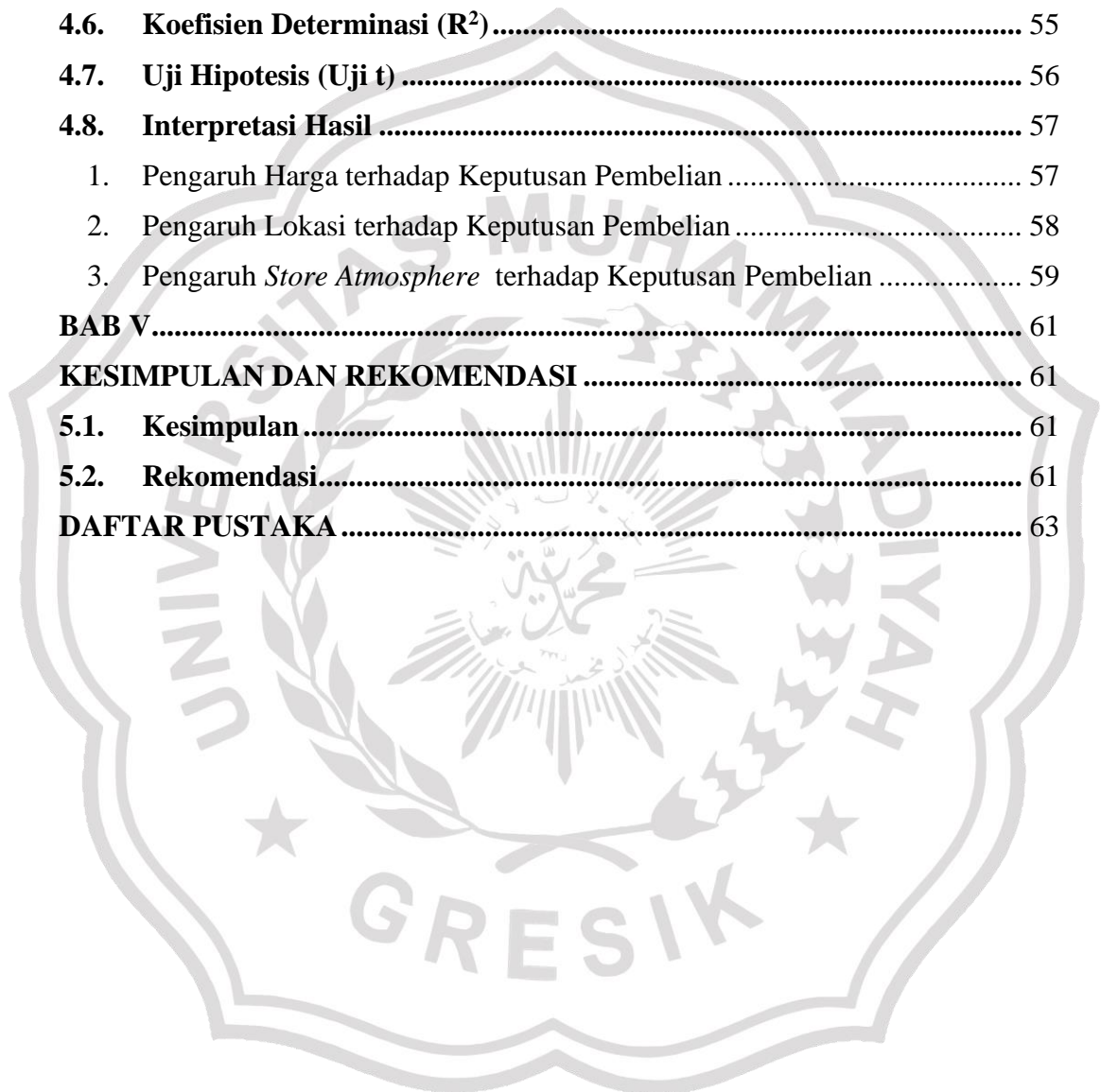


DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAKSI	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	11
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Penelitian Sebelumnya	12
2.2. Landasan Teori	16
2.2.1. Keputusan Pembelian	16
2.2.2. Harga	17
2.2.3. Lokasi	19
2.2.4. Store Atmosphere	21
2.3. Hubungan Antar Variabel	23
1. Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian	23
2. Hubungan Lokasi terhadap Keputusan pembelian	24
3. Hubungan Store Atmosphere terhadap Keputusan pembelian	25
BAB III	27
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.	Jenis Data dan Sumber Data.....	29
1.	Jenis Data	29
2.	Sumber Data.....	29
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	30
3.6.	Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel	30
3.6.1.	Identifikasi Variabel	30
3.6.2.	Definisi Operasional Variabel	31
3.7.	Pengukuran Data	34
3.8.	Uji Instrumen Penelitian	34
1.	Uji Validitas	34
2.	Uji Reliabilitas	35
3.9.	Uji Asumsi Klasik.....	35
1.	Uji Normalitas	35
2.	Uji Multikolinieritas.....	35
3.	Uji Heteroskedastisitas.....	36
3.10.	Teknik Analisis Data	37
3.10.1.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
3.10.2.	Koefisien Determinasi (R ²).....	38
3.11.	Uji Hipotesis.....	38
BAB IV	39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1.	Gambaran Umum / Objek Penelitian	39
4.2.	Deskripsi Variabel Penelitian.....	40
4.2.1.	Deskripsi Data Penelitian.....	40
4.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
4.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.2.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
4.2.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Persentase Berkunjung ke Koperasi Pondok Pesantren Mamba'us Sholihin.	43
4.2.6.	Rekapitulasi Tanggapan Responden.....	44
4.3.	Hasil Pengujian Instrumen.....	49
4.3.1.	Uji Validitas	49

4.3.2.	Uji Reliabilitas	51
4.4.	Uji Asumsi Klasik.....	51
4.4.1.	Uji Normalitas.....	51
4.4.2.	Uji Multikolinieritas	52
4.4.3.	Uji Heteroskedastisitas	53
4.5.	Analisis Data	54
4.6.	Koefisien Determinasi (R^2).....	55
4.7.	Uji Hipotesis (Uji t)	56
4.8.	Interpretasi Hasil	57
1.	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	57
2.	Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian	58
3.	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian	59
BAB V.....	61
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	61
5.1.	Kesimpulan	61
5.2.	Rekomendasi.....	61
DAFTAR PUSTAKA	63



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Ritel <i>Store</i> yang Populer di Suci, Kota Gresik.....	4
Tabel 1.2 Jumlah Pengunjung Kepontren Mamba'us Sholihin.....	6
Tabel 1.3 <i>Research Gap</i>	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 2.2 Perbedaan dan Persamaan Penelitian.....	14
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Persentase Kunjungan.....	43
Tabel 4.5 Rentang Skala Kategori Tanggapan Responden.....	45
Tabel 4.6 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian .	45
Tabel 4.7 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Harga	47
Tabel 4.8 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Lokasi	48
Tabel 4.9 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Store Atmosphere</i>	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas	53
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	54
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	56
Tabel 4.17 Hasil Uji Parsial (Uji t)	56

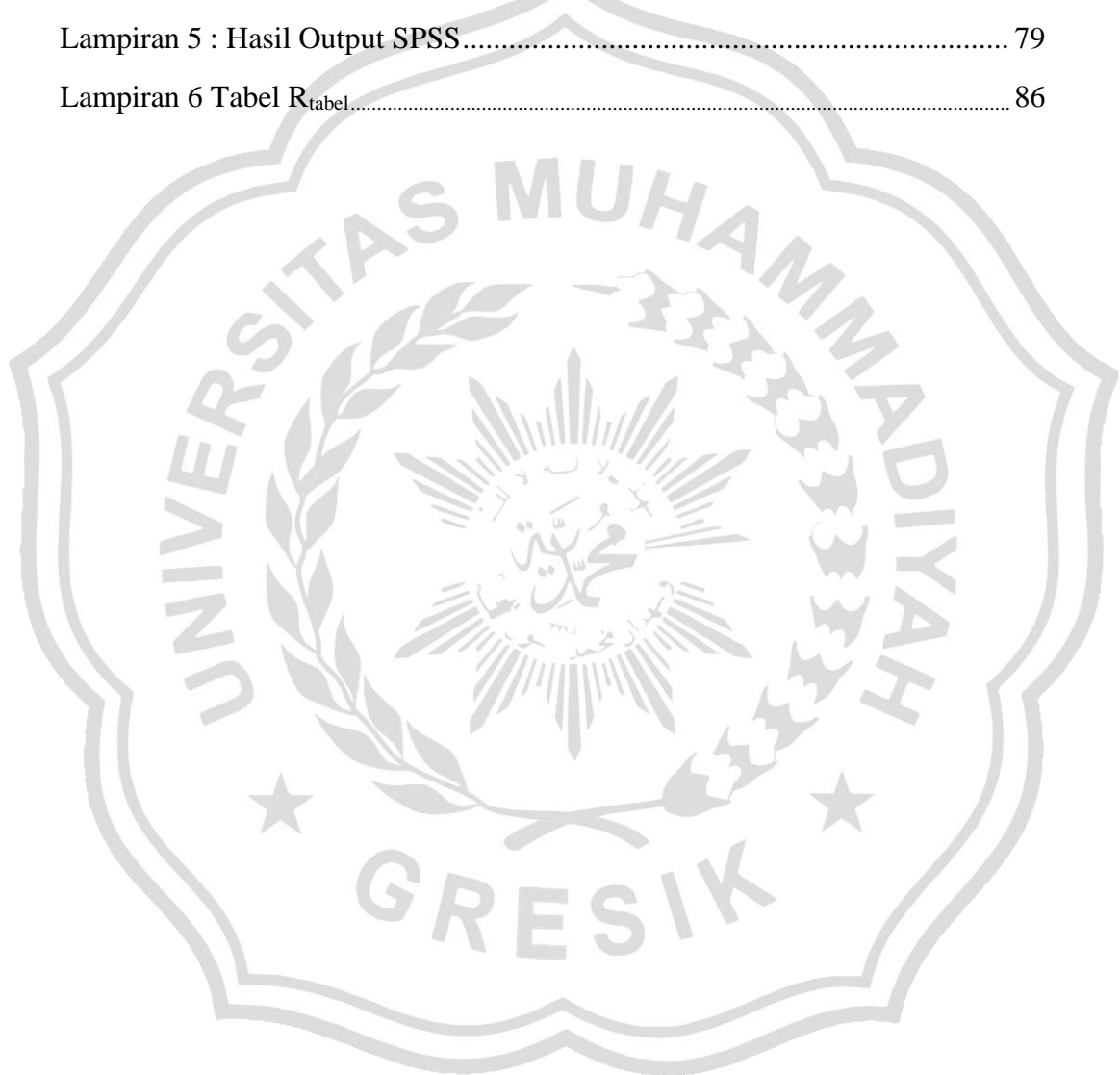
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Ritel di Indonesia	2
Gambar 1.2 Pertumbuhan Jumlah Gerai Minimarket di Indonesia.....	3
Gambar 1.3 Grafik Penjualan 4 Tahun Kepontren.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	25



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	66
Lampiran 2 : Berita Acara Bimbingan.....	69
Lampiran 3 : Surat Keterangan Bebas Plagiasi.....	70
Lampiran 4 : Data Tabulasi Tanggapan Responden.....	71
Lampiran 5 : Hasil Output SPSS.....	79
Lampiran 6 Tabel R _{tabel}	86



ABSTRAKSI

Perkembangan ritel di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat dari tahun ke tahun. Hal ini menuntut para pelaku bisnis untuk mempertahankan usahanya dengan inovasi dan kreatifitasnya. Berkembangnya ritel di Kota Gresik tentunya juga terus mengalami perkembangan, terlebih lagi pada Kepontren Mamba'us Sholihin, Suci Gresik. Kepontren membuat harga, lokasi dan *store atmosphere* untuk mendorong keputusan pembelian pelanggannya, Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh harga, lokasi dan *store atmosphere* secara parsial terhadap keputusan pembelian. Harga, lokasi dan *store atmosphere* merupakan variabel independen dalam penelitian ini, sedangkan keputusan pembelian merupakan variabel dependen dalam penelitian ini. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* dan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara kuesioner (angket). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 96 orang. Kemudian dianalisis data dengan menggunakan Uji Instrumen Penelitian, Uji Asumsi Klasik, Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis. Hasil penelitian ini adalah lokasi dan *store atmosphere* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan harga memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian .

Kata Kunci : Harga, Keputusan Pembelian, Koperasi Mamba'us Sholihin, Lokasi, Store Atmosphere.

ABSTRACTION

Retail development in Indonesia has experienced rapid development from year to year. This requires business people to maintain their business with innovation and creativity. The development of retail in the City of Gresik of course also continues to develop, especially at the Mamba'us Sholihin Kepontren, Suci Gresik. Kepontren make price, location and store atmosphere to encourage customer purchasing decisions. The purpose of this study was to determine the effect of price, location and store atmosphere partially on purchasing decisions. Price, location and store atmosphere are independent variables in this study, while purchasing decisions are the dependent variables in this study. This research is a quantitative research, with the determination of the sample using purposive sampling and data collection techniques are carried out by means of a questionnaire (questionnaire). The sample used in this study were 96 people. Then the data were analyzed using Research Instrument Test, Classical Assumption Test, Data Analysis Techniques and Hypothesis Testing. The results of this study are location and store atmosphere have a positive and significant influence on purchasing decisions, while price has a positive and insignificant effect on purchasing decisions.

Keywords: *price, location, store atmosphere, purchasing decisions, Mamba'us Sholihin Cooperative*