

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ES TEH JUMBO DI PAKAL SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
mencapai gelar Sarjana Manajemen**



Diajukan Oleh :

AI SYAH UMMU KHASANAH

NPM : 21420110

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2025**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Nama : Aisyah Ummu Khasanah
NPM : 21420110
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Alamat : Pakal Sumberan 2/15 RT 05 RW 01, Kec Pakal, Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul **"Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Jumbo Di Pakal Surabaya"**. Bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain, apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 1 September 2025



81D5AANX020119355
METRAL
TEMPER

Aisyah Ummu Khasanah

SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ES TEH JUMBO DI PAKAL SURABAYA

Diajukan Oleh :

Aisvah Ummu Khasanah

NPM : 21420110

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING :



Hendra Prasetya, SE.,M.A k

Tanggal 28-juli-2025

KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN



Dr. Andrianto Trimarjono., SE.,MM.

Tanggal 28-juli-2025

SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ES TEH JUMBO DI PAKAL SURABAYA

Diajukan Oleh :

Aisvah Ummu Khasanah

NPM : 21420110

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

Susunan Dewan Penguji :

DOSEN PEMBIMBING



Hendra Prasetya, SE.,M.A k

KETUA DEWAN PENGUJI



Dwi Indah Mustikorini, SE.,MM

ANGGOTA DEWAN PENGUJI



Dr.Kristiningsih, SE.,Msi

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal 28 - Juli - 2025



Dr.Adrian to Trimarjono, SE. MM
Ketua Program Studi Manajemen

KATA PENGANTAR

Dengan segala puji dan Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatnya penyusun skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ES TEH JUMBO DI PAKAL SURABAYA”** dapat terselesaikan dengan baik guna memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Pada penyusunan skripsi ini banyak hambatan dan rintangan yang dihadapi oleh penulis namun berkat kehendak-nyalah penulis berhasil menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik. Selain itu penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik moral maupun material. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati patutlah kiranya penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr., Sp.T.H.T.K.L. (K) selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM, M. Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
3. Dr. Andrianto Trimajono, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
4. Bapak Hendra Prasetya, SE, M. Ak selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu serta sabar membimbing, memberikan arahan, bantuan serta saran bagi penulis selama skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Ibu Dewi Nuraini, SE., M. SM selaku Dosen Wali yang telah memberikan arahan dan bantuan bagi penulis selama kuliah serta memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu dan pengajaran selama studi di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
7. Bapak Imam Wahyudin, SE., M. SM, Ayah sekaligus tulang punggung keluarga, terima kasih sudah mau berjuang untuk kehidupan penulis sampai detik ini., beliau memotivasi

dan memberikan dukungan agar penulis bisa menyelesaikan studi dengan baik hingga mempunyai gelar sarjana.

8. Ibu Dwi Ernita, Ibu sekaligus orang yang saya sangat sayangi lebih dari siapapun didunia ini. Penulis berterima kasih sekali terhadap beliau dikarenakan beliau sangat memotivasi kehidupan penulis untuk terus berjuang dan mendapatkan gelar sarjana.. Penulis sangat bersyukur telah didukung untuk mendapatkan gelar sarjana hingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu memberikan pemikiran demi kelancaran dan keberhasilan penyusunan skripsi ini. Penulis ucapkan terima kasih banyak.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca

Surabaya,

Aisyah Ummu Khasanah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
SUSUNAN DEWAN PENGUJI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TELAAH PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pemasaran	8
2.1.2 Manajemen Pemasaran	8
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2.1.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran	9
2.1.3 Kualitas produk	10
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk	10
2.1.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	10
2.1.3.3 Indikator Kualitas Produk	11
2.1.4 Harga	13
2.1.4.1 Pengertian Harga	13

2.1.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Harga	13
2.1.4.3 Indikator Harga	14
2.1.5 Lokasi	15
2.1.5.1 Pengertian Lokasi	15
2.1.5.2 Faktor Pemilihan Lokasi	16
2.1.5.3 Indikator Lokasi	17
2.1.6 Keputusan Pembelian	17
2.1.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian	17
2.1.6.2 Proses Keputusan pembelian	18
2.1.6.3 Indikator Keputusan pembelian	18
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Pengembangan Hipotesis	24
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.3.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.3.3 Pengaruh lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.4 Kerangka Konseptual	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Pendekatan Penelitian	27
3.2 Populasi dan Sampel	27
3.2.1 Populasi	27
3.2.2 Sampel	27
3.3 Identifikasi Variabel	28
3.3.1 Variabel Independen (X)	28
3.3.2 Variable Dependen (Y)	28
3.4 Definisi Operasional dan pengukuran variabel	29
3.4.1 Kualitas Produk	29
3.4.2 Harga	30
3.4.3 Lokasi	30
3.4.4 Keputusan Pembelian	31
3.5 Jenis dan Sumber Data	32
3.5.1 Jenis Data	32

3.5.2 Sumber Data	32
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	33
3.7 Teknik Analisis Data	33
3.7.1 Uji Validitas	33
3.7.2 Uji Reliabilitas	34
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda	34
3.7.4 Koefisien Determinan (R^2)	35
3.7.5 Uji T	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Umum Es Teh Jumbo di Pakal Surabaya	38
4.2 Hasil Penelitian	40
4.2.1 Karakteristik Responden	40
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian	44
4.3 Hasil Analisis Data Pengujian Hipotesis	49
4.3.1 Hasil Uji instrumen	49
4.3.2 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	51
4.3.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	52
4.3.4 Hasil Uji T	53
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	60
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Jumbo di Pakal Surabaya	60
4.4.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Jumbo di Pakal Surabaya	61
4.4.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Jumbo di Pakal Surabaya	61
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN	63
5.1 Simpulan	63
5.2 Saran	63
5.3 Keterbatasan Penilaian	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	20
Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Saat Ini	22
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	41
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	42
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	43
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Rata-rata Penghasilan Perbulan	44
Tabel 4.6 Kategori interval rata-rata jawaban kuesioner	45
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Dari Pernyataan Variabel Kualitas Produk	46
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Dari Pernyataan Variabel Harga	47
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Dari Pernyataan Variabel Lokasi	47
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Dari Pernyataan Variabel Keputusan Pembelian	48
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas	49
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.13 Uji Analisis Linear Berganda	51
Tabel 4.14 Uji Koefisien Adjusted (R^2)	52
Tabel 4.15 Uji T	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Model Analisis	26
Gambar 4.1 Produk Es Teh Jumbo di Pakal Surabaya	40
Gambar 4.2 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Jumbo di Pakal Surabaya.....	55
Gambar 4.3 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Jumbo di Pakal Surabaya	57
Gambar 4.4 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Jumbo di Pakal Surabaya	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Penelitian69

Lampiran 2 : Tabulasi & Output SPSS73

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian produk Es Teh Jumbo di Pakal Surabaya. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 102 responden. Alat Analisis yang digunakan yaitu regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $T_{hitung} = 3,767$ lebih besar dari $T_{tabel} = 1,9844$ dengan Signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $T_{hitung} = 2,377$ lebih besar dari $T_{tabel} = 1,9844$ dengan Signifikansi 0,019 lebih kecil dari 0,05. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $T_{hitung} = 3,675$ lebih besar dari $T_{tabel} = 1,9844$ dengan Signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Es Teh Jumbo di Pakal Surabaya. Diharapkan pengusaha Es Teh Jumbo di Pakal Surabaya Sebaiknya menggunakan Kualitas Produk yang berkualitas, seperti teh dengan rasa khas yang kuat dan gula berkualitas agar rasa manisnya pas tanpa mengurangi cita rasa teh. Tetapkan harga yang terjangkau dan kompetitif, misalnya 3.000 per gelas, agar tetap menarik bagi berbagai kalangan masyarakat, terutama target pasar kelas menengah ke bawah. Pilih lokasi penjualan yang strategis dan ramai, seperti dekat sekolah, kampus, pusat perbelanjaan, atau tempat wisata. Lokasi yang mudah dijangkau dan memiliki trafik tinggi dapat meningkatkan visibilitas produk dan potensi penjualan hingga signifikan.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of product quality, price, and location on the purchasing decision of Jumbo Iced Tea products in Pakal, Surabaya. The sample in this study consisted of 102 respondents. The analysis tool used was multiple linear regression with the assistance of the SPSS program. Product quality has a significant effect on purchasing decisions, with a t-value of 3.767, which is greater than the t-table value of 1.9844, and a significance of 0.000, which is less than 0.05. Price has a significant effect on purchasing decisions, with a t-value of 2.377, which is greater than the t-table value of 1.9844, and a significance of 0.019, which is less than 0.05. Location has a significant effect on purchasing decisions, with a t-value of 3.675, which is greater than the t-table value of 1.9844, and a significance of 0.000, which is less than 0.05. The results of this study indicate that product quality, price, and location significantly influence the purchasing decisions of Jumbo Iced Tea in Pakal, Surabaya. It is recommended that Jumbo Iced Tea entrepreneurs in Pakal, Surabaya, use high-quality products, such as tea with a strong distinctive flavor and quality sugar to achieve the perfect sweetness without diminishing the tea's taste. Set affordable and competitive prices, for example, IDR 3,000 per cup, to remain attractive to various community segments, especially the middle to lower-class target market. Choose strategic and busy sales locations, such as near schools, campuses, shopping centers, or tourist attractions. Easily accessible locations with high traffic can increase product visibility and significantly boost sales potential.

Keywords : Product quality, Price, Location, Purchase Decision