

**PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN TEMPAT
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS PADA MAKANAN RINGAN UD. JAYA
MAKMUR GRESIK)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Diajukan Oleh :

HAMSAH ADI SAFAAT

NPM : 15420078

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WJAYA KUSUMA SURABAYA
2020**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Hamsah Adi Safaat
NPM : 15420078
Alamat : Dsn. Ngebret Ds. Morowudi RT. 02 RW. 03 Kec. Cerme
Kab. Gresik
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Makanan Ringan UD. Jaya Makmur Gresik)” adalah benar-benar karya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 16 Desember 2019

Yang membuat pernyataan



(Hamsah Adi Safaat)

NPM : 15420078

SKRIPSI

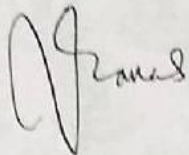
**PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN TEMPAT TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS PADA MAKANAN RINGAN UD. JAYA MAKMUR
GRESIK)**

Diajukan Oleh :

Hamsah Adi Safaat
NPM : 15420078

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING



Evianah SE., M.Si.

Tanggal, 29-01-2020

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si.

Tanggal, 6-02-2020

SKRIPSI

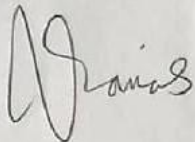
**PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN TEMPAT TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS PADA MAKANAN RINGAN UD. JAYA MAKMUR
GRESIK)**

Diajukan Oleh :

HAMSAH ADI SAFAAT
NPM : 15420078

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



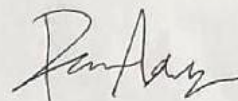
Evianah, SE., M.Si.

Anggota Dewan Penguji



Maqbula Arochman, SE, M.Ak.

Anggota Dewan Penguji



Dana Aditya, SE., MBA.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal, 23 Januari 2020



Dr. SITI DJAMILAH, SE., M.Si.
Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa melimpahkan Berkah dan Rahmat-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul :Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Makanan Ringan UD. Jaya Makmur Gresik).

Tujuan penyusunan skripsi ini adalah guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Program Strata (S1) Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya (UWKS).

Dalam penulisan skripsi ini, penulis mengaku bahwa tanpa bantuan, dorongan serta motivasi yang diberikan oleh berbagai pihak, penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini. Sehingga pada kesempatan ini perkenankanlah penulis dengan segala kerendahan hati, mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. H. Sri Harmadji,dr.Sp.THT-KL (K), selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya (UWKS).
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM, M.Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya (UWKS).
3. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya (UWKS).
4. Bapak Bambang Setyadarma, SE.,M.Ak Selaku Dosen Wali yang selalu mengarahkan dan membimbing saya selama melakukan perkuliahan.

5. Ibu Evianah S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing terima kasih karena selama ini memberikan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya (UWKS) yang telah memberikan banyak ilmu di bangku perkuliahan.
7. Untuk ibunda tercinta Ismawati, ayah tercinta Sukoiri dan adik tersayang Yuyun Sukmawati terima kasih yang tak terhingga atas doa restu serta support baik material maupun spiritual yang dicurahkan kepada penulis selama ini.
8. Untuk sahabat-sahabat terbaik saya dari Kelas Manajemen B, Dede, Sandy, Eky, Bagus, Glory, Rajiv, Ferry, Rizky, Deva, dan Sihabudin yang selalu tidak pernah meninggalkan saya sendirian selama berada di kampus serta dukungan dan doa yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Untuk semua sahabat saya SEDAAP MALAM terima kasih yang selalu memberikan dukungan dan doa serta selalu memberikan nasihat-nasihat.
10. Untuk seluruh teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Surabaya,.....

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	8
2.1.2 Konsep Pemasaran.....	9
2.1.3 Produk	9

2.1.3.1	Klasifikasi Produk	10
2.1.3.2	Atribut Produk	11
2.1.3.3	Kualitas Produk	12
2.1.3.4	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	12
2.1.3.5	Indikator-Indikator Kualitas Produk	16
2.1.4	Harga.....	18
2.1.4.1	Tujuan Penetapan Harga	18
2.1.4.2	Metode Penetapan Harga	20
2.1.4.3	Indikator Harga	21
2.1.5	Promosi	23
2.1.5.1	Tujuan Promosi.....	23
2.1.5.2	Bauran Promosi.....	24
2.1.5.3	Indikator Promosi	26
2.1.6	Tempat/lokasi.....	26
2.1.6.1	Karakteristik Tempat/lokasi.....	27
2.1.6.2	Indikator Tempat/lokasi.....	29
2.1.7	Keputusan Pembelian	30
2.1.7.1	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	31
2.1.7.2	Pihak-Pihak Yang Terlibat Dalam Keputusan Pembelian	33

2.1.7.3 Tahapan Proses Keputusan Pembelian	34
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	35
2.3 Hipotesis Dan Model Analisis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Pendekatan Penelitian.....	40
3.2 Populasi dan Sampel.....	40
3.2.1 Populasi	40
3.2.2 Sampel.....	40
3.3 Identifikasi Variabel.....	41
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	42
3.5 Jenis dan Sumber Data	45
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	45
3.7 Uji Validitas dan Uji Realibilitas	46
3.8 Uji Asumsi Klasik	47
3.9 Teknik Analisis	48
3.10 Koefisien Determinasi Berganda (R_2).....	49
3.11 Uji Hipotesis.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	54
4.2 Deskripsi Identitas Responden	55
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	57
4.4 Hasil Analisis Data	60

4.4.1 Hasil Pengujian Validitas	60
4.4.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	64
4.4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	65
4.4.4 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	68
4.4.5 Koefisien Determinasi Berganda (R_2).....	70
4.4.6 Hasil Pengujian Hipotesis	71
4.4.6.1 Uji-F	71
4.4.6.2 Uji-t	72
4.4.6.3 Hasil Pengujian Hipotesa 3	75
4.5 Pembahasan.....	75
4.5.1 Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.....	75
4.5.2 Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian	76
4.5.3 Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.....	76
4.5.4 Tempat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.....	77
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 SIMPULAN	79
5.2 SARAN	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	35
Tabel 4.1 Data Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2 Data Identitas Responden Berdasarkan Status	55
Tabel 4.3 Data Identitas Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.4 Data Identitas Responden Berdasarkan Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 4.5 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Produk (X_1).....	57
Tabel 4.6 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Harga (X_2).....	58
Tabel 4.7 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Promosi (X_3)	58
Tabel 4.8 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Tempat (X_4)	59
Tabel 4.9 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Keputusan Pembelian(Y)	60
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Validitas Variabel Produk (X_1).....	61
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Validitas Variabel Harga (X_2)	61
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Validitas Variabel Promosi (X_3).....	62
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Validitas Variabel Tempat (X_4).....	63
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	63
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Reliabilitas	64
Tabel 4.16 Uji Asumsi Klasik	65
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	69
Tabel 4.18 Hasil Uji-F.....	71
Tabel 4.19 Nilai <i>Standardized Coefficients Beta</i>	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahapan Proses Pembelian Konsumen.....	34
Gambar 2.2 Bagan Model Analisis	39
Gambar 3.1 Kurva Distribusi F	51
Gambar 3.2 Kurva Distribusi t	52
Gambar 4.1 Normal P-P Plot.....	66
Gambar 4.2 Scalter plot.....	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Distribusi Frekuensi Pernyataan Kuesioner

Lampiran 3 Hasil Pengolahan Data melalui SPSS 20

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Makanan Ringan UD. Jaya Makmur Gresik). Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah datang dan melakukan pembelian di UD. Jaya Makmur Gresik. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Produk, Harga, Promosi dan Tempat berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian seperti yang ditunjukkan oleh tingkat signifikansi F ($0,000 < 0,05$) dan Adjusted R-square sebesar 0,848. Artinya kontribusi Produk, Harga, Promosi dan Tempat adalah 84,8%. Sedangkan sisanya 15,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti di penelitian ini. Secara parsial, produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,034, harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,022, promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,000, tempat berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,011.

Kata Kunci : Produk, Harga, Promosi, Tempat dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to explain the effect of Product, Price, Promotion and Place on Purchasing Decisions (Case Study on UD. Jaya Makmur Gresik Snacks). This type of research is quantitative. The population in this study are all consumers who have come and made purchases at UD. Jaya Makmur Gresik. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 respondents. The results of this study indicate that the Product, Price, Promotion and Place simultaneously and significantly influence the purchase decision as indicated by the level of significance F ($0,000 < 0,05$) and Adjusted R-square of 0.848. While the remaining 15.2% is explained by other factors not examined in this study. Partially, the product significantly influences the purchase decision of 0.034, the price significantly influences the purchase decision of 0.022, promotion significantly influences the purchase decision of 0.000, the place significantly influences the purchase decision of 0,011.

Keywords : Product, Price, Promotion, Place and Purchase Decision.