

HUBUNGAN PRODUK, HARGA DAN LOKASI DENGAN
KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI DI TOKO BUKU
GUNUNG AGUNG CABANG MALL ARION

SKRIPSI

OLEH :

ANDIKA SEPTIANY

211 070 269



PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2015

**HUBUNGAN PRODUK, HARGA DAN LOKASI DENGAN
KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI DI TOKO BUKU
GUNUNG AGUNG CABANG MALL ARION**

SKRIPSI

OLEH :

**ANDIKA SEPTIANY
NPK : 211 070 269**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2015**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

HUBUNGAN PRODUK, HARGA DAN LOKASI DENGAN KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI DI TOKO BUKU GUNUNG AGUNG CABANG MALL ARION

Yang disusun untuk melegkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Strata-1 Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Indonesia – Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STIE Indonesia dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, Agustus 2015



Andika Septiany

NPK 211070269

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

HUBUNGAN PRODUK, HARGA DAN LOKASI DENGAN KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI DI TOKO BUKU GUNUNG AGUNG CABANG MALL ARION

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) di Program Studi Strata-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Ir. Diah Pranita Sari, MM dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Jakarta, Agustus 2015

Menyetujui

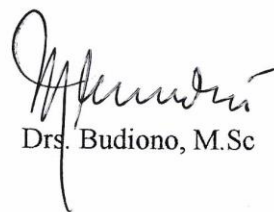
Pembimbing,



Ir. Diah Pranita Sari, MM

Mengetahui

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Drs. Budiono, M.Sc

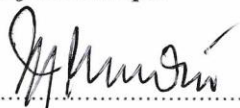
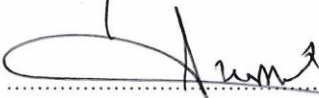

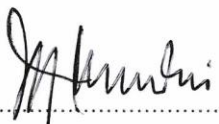
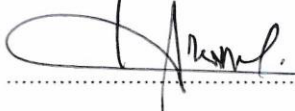
PANITIA PENGUJI SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

HUBUNGAN PRODUK, HARGA DAN LOKASI DENGAN KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI DI TOKO BUKU GUNUNG AGUNG CABANG MALL ARION

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi pada tanggal Nopember 2015 dengan nilai **B**

Panitia Ujian Skripsi

1. ; Drs. Budiono, MSc. (Ketua Program S-1 Manajemen)
2. ; Drs. Sumitro , MSc. (Sekretaris Program S-1 Manajemen)
3. ; Ir. Diah Pranita Sari, MM. (Pembimbing)
4. ; Drs. Budiono, MSc. (Anggota Penguji)
5. ; Drs. Sumitro , MSc. (Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ke hadirat Tuhan YME atas berkat karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Skripsi ini dapat diselesaikan dengan bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini penulis sampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Drs Ridwan Maronrong, M.Sc., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
2. Bapak Drs. Budiono, MSc selaku Ketua Program S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI)
3. Ibu Ir. Diah Pranita Sari, MM selaku Pembimbing skripsi saya di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
4. Segenap Dosen di Program studi S-1 Manajemen, STEI, atas ilmu yang telah diberikan selama penulis menyelesaikan studi.
5. Papa, Mama dan adik yang selalu memberikan dukungan moril dan materiil.
6. Staf Toko Buku Gunung Agung yang telah banyak membantu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, Agustus 2015

Andika Septiany
211070269

<p>Andika Septiany NPK 211070269 Program Studi S-1 Manajemen</p>	<p>Dosen Pembimbing : Ir. Diah Pranita Sari, MM</p>
<p>HUBUNGAN PRODUK, HARGA DAN LOKASI DENGAN KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI DI TOKO BUKU GUNUNG AGUNG CABANG MALL ARION</p>	
<p>ABSTRAK</p> <p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan produk, harga dan lokasi baik secara parsial maupun bersama-sama dengan keputusan konsumen membeli pada Toko Buku Gunung Agung Cabang Mall Arion.</p> <p>Dalam penulisan skripsi ini, metode yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan teknik evaluasi regresi linier berganda, dengan pengumpulan data dilakukan melalui instrumen penelitian, dengan cara menyebarkan kuesioner kepada pegawai. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen. Sampel digunakan sebanyak 60 orang.</p> <p>Berdasarkan pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan nilai P-Value variabel X_1 sebesar 0,002 lebih kecil dari taraf nyata atau $0,002 < 0,05$. Oleh karena itu dapat ditarik kesimpulan H_0 ditolak atau H_a diterima maka secara parsial ada hubungan yang positif dan signifikan antara variabel produk dengan variabel keputusan konsumen membeli. Berdasarkan pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan nilai P-Value variabel X_2 sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf nyata atau $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu dapat ditarik kesimpulan H_0 ditolak atau H_a diterima maka secara parsial ada hubungan yang positif dan signifikan antara variabel harga dengan variabel keputusan konsumen membeli. Berdasarkan pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan nilai P-Value variabel X_3 sebesar 0,001 lebih kecil dari taraf nyata atau $0,001 < 0,05$. Oleh karena itu dapat ditarik kesimpulan H_0 ditolak atau H_a diterima maka secara parsial ada hubungan yang positif dan signifikan antara variabel lokasi dengan variabel keputusan konsumen membeli. Berdasarkan hasil koefisien korelasi berganda menunjukkan keeratan hubungan sebesar 0,868 yang menunjukkan bahwa hubungan antara produk (X_1), harga (X_2), lokasi (X_3) dengan keputusan konsumen membeli (Y) adalah kuat dengan hubungan yang bersifat positif atau searah. Hal ini didukung dengan hipotesis berganda dengan nilai <i>Significance F</i> sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf nyata atau $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu dapat ditarik kesimpulan H_0 ditolak atau H_a diterima maka secara simultan ada hubungan yang positif dan signifikan antara variabel produk, harga dan lokasi dengan variabel keputusan konsumen membeli</p>	
<p><i>Kata Kunci : Produk, Harga, Lokasi dan Keputusan Konsumen Membeli</i></p>	

<p>Andika Septiany NPK 211070269 Program Studi S-1 Manajemen</p>	<p>Dosen Pembimbing : Ir. Diah Pranita Sari, MM</p>
<p>RELATED PRODUCTS , PRICE AND LOCATION WITH CONSUMER DECISION IN BOOK STORE BUY GUNUN AGUNG MALL BRANCH ARION</p>	
<p>ABSTRAK</p> <p>This study aims to determine whether there is a relationship product, price and location either partially or together with the consumer's decision to buy at the Bookstore Mount Agung Arion Mall Branch.</p> <p>In writing this essay, the method used in this research is survey method with evaluation technique multiple linear regression, the data collection is done through research instruments, by distributing questionnaires to employees. The population in this study is the consumer. Samples used as many as 60 people.</p> <p>Based on the partial hypothesis testing showed the P-value of 0.002 Value variable X1 is smaller than the real level or $0.002 < 0.05$. Therefore it can be concluded that Ho refused or Ha accepted, partially there is a positive and significant relationship between the variables of variable products with the consumer's decision to buy. Based on the partial hypothesis testing showed the value of P-Value X2 0,000 less than the real level or $0.000 < 0.05$. Therefore it can be concluded that Ho refused or Ha accepted, partially there is a positive and significant relationship between the variables with the variable price of consumer buying decisions. Based on the partial hypothesis testing showed the value of P-Value X3 is 0,001 less than the real level or $0.001 < 0.05$. Therefore it can be concluded that Ho refused or Ha accepted, partially there is a positive and significant relationship between the variables with the location of the consumer purchase decision variables. Based on the results of multiple correlation coefficient indicates the relationship 0.868 which indicates that the relationship between the product (X1), price (X2), location (X3) to the consumer's decision to buy (Y) is strong with a relationship that is positive or unidirectional. This hypothesis is supported by multiple Significance F value of 0.000 is smaller than the real level or $0.000 < 0.05$. Therefore it can be concluded that Ho refused or Ha accepted then simultaneously there is a positive and significant relationship between the variables of product, price and location of the consumer purchase decision variables</p>	
<p><i>Keywords : product , price , location and Consumer Purchasing Decisions</i></p>	

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL DALAM	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PANITIA PENGUJI SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK SKRIPSI.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Masalah Penelitian	1
1.1.1. Latar belakang masalah	1
1.1.2. Perumusan masalah pokok.....	6
1.1.3. Spesifikasi masalah pokok.....	6
1.2. Kerangka Teori	6
1.2.1. Identifikasi variabel-variabel penelitian	6
1.2.2. Hubungan antar variabel	7
1.2.3. Hipotesis penelitian	7
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
1.3.1. Tujuan penelitian	8
1.3.2. Kegunaan penelitian	8

BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	9
2.2. Pemasaran	11
2.3. Produk.....	16
2.4. Harga.....	21
2.5. Lokasi.....	31
2.6. Keputusan konsumen membeli	35
BAB III PROSEDUR PENELITIAN.....	42
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	42
3.2. Strategi dan Metode Penelitian	42
3.3. Populasi dan sampel penelitian.....	42
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5. Kisi-kisi Instrumen	44
3.6. Metoda Analisis Data.....	46
3.6.1. Pengolahan data	46
3.6.2. Uji instrumen	46
3.6.3. Analisis koefisien korelasi	47
3.6.4. Analisis koefisien korelasi ganda	47
3.6.5. Pengujian hipotesis parsial.....	48
3.6.6. Pengujian hipotesis simultan	48
BAB IV HASIL-HASIL PENELITIAN.....	50
4.1. Deskripsi obyek penelitian.....	50
4.2. Deskripsi data	51
4.2.1. Deskripsi data responden	51
4.2.2. Deskripsi data Produk	53
4.2.3. Deskripsi data Harga	53
4.2.3. Deskripsi data Lokasi	56
4.2.4. Deskripsi data Keputusan konsumen membeli	58

	Halaman
4.4. Hasil pengujian instrumen penelitian	60
4.5. Analisis statistik.....	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
5.1. Kesimpulan	70
5.2. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA.....	73

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Ketentuan Pengukuran Instrumen Penelitian.....	44
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel	45
Tabel 3.3. Pedoman interpretasi koefisien korelasi	48
Tabel 4.1. Data Karakteristik responden Penelitian.....	52
Tabel 4.2. Skor Jawaban responden tentang Variabel Produk.....	53
Tabel 4.3. Skor Jawaban responden tentang Variabel Harga	55
Tabel 4.4. Skor Jawaban responden tentang Variabel Lokasi	56
Tabel 4.5. Skor Jawaban responden tentang Variabel Keputusan konsumen membeli	58
Tabel 4.6. Uji Validitas Instrumen Per Butir untuk Variabel Produk.....	60
Tabel 4.7. Uji Validitas Instrumen Per Butir untuk Variabel Harga.....	61
Tabel 4.8. Uji Validitas Instrumen Per Butir untuk Variabel Lokasi.....	62
Tabel 4.9. Uji Validitas Instrumen Per Butir untuk Variabel Produk.....	62
Tabel 4.10. Koefisien Korelasi Parsial Antara Produk (X1) dengan Keputusan konsumen membeli (Y)	64
Tabel 4.11. Koefisien Korelasi Parsial Antara Harga (X2) dengan Keputusan konsumen membeli (Y).....	64
Tabel 4.12. Koefisien Korelasi Parsial Antara Lokasi (X3) dengan Keputusan konsumen membeli (Y).....	65
Tabel 4.13. Koefisien Korelasi Berganda Antara Produk (X1) Harga (X2) dan Lokasi (X3) dengan Keputusan konsumen membeli (Y)	66
Tabel 4.14. Pengujian Hipotesis Antara Produk (X1) Harga (X2) dan Lokasi (X3) dengan Keputusan konsumen membeli (Y)	66
Tabel 4.15. Pengujian Hipotesis Simultan Antara Produk (X1) Harga (X2) dan Lokasi (X3) dengan Keputusan konsumen membeli (Y)	69

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1.** Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2.** Rekapitulasi Kuesioner
- Lampiran 3.** Hasil SPSS untuk Validitas
- Lampiran 4.** Hasil SPSS untuk Reliabilitas
- Lampiran 5.** Hasil SPSS Correlations
- Lampiran 6.** Hasil SPSS Berganda
- Lampiran 7.** Tabel t
- Lampiran 8.** Tabel F
- Lampiran 9.** Surat Keterangan Riset
- Lampiran 10.** Daftar Riwayat Hidup