

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI CERIAMART
(Studi Kasus Ceriamart Semper Timur)**

SKRIPSI

**PUTRI MELINDA
2114000068**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020**

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI CERIA MART
(Studi Kasus Ceriamart Sempur Timur)**

SKRIPSI

**PUTRI MELINDA
2114000068**



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

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN DI CERIA MART
(Studi Kasus Pada Konsumen Ceriamart Semper Timur)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar ke sarjana di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi Lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta,^{September} 2020



PUTRI MELINDA
NPM 211400068

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul:

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN DI CERIA MART
(Studi Kasus Ceriamart Semper Timur)**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Krishna Kamil, SE., MBA., CA., CPA dan diketahui oleh Kepala Program Studi Strata 1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta,^{September}..... 2020

Pembimbing,



Krishna Kamil, SE., MBA., CA., CPA

Kepala Prodi S-1 Manajemen,



Drs. Sumitro, M.Sc

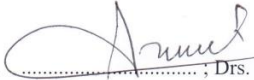

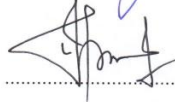
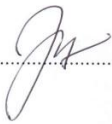
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN DI CERIA MART
(Studi Kasus Ceriamart Semper Timur)**

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 3 September 2020 dengan nilai A-

Panitia Ujian Skripsi

1.  ; Drs. Sumitro, M.Sc
(Kepala Prodi S-1 Manajemen)
2.  ; Krishna Kamil, SE., MBA., CA., CPA
(Pembimbing)
3.  ; Imelda Aprileny, SM, ME
(Anggota Penguji 1)
4.  ; Drs. Yusuf Suhardi, M. Si, MM
(Anggota Penguji 2)

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dan terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Krishna Kamil, SE., MBA., CA., CPA, selaku Dosen yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran dan selalu sabar dalam mengarahkan serta membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Imelda Aprileny, SE, MM dan Bapak Drs. Yusuf Suhardi, M. Si, MM selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atau saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Marongrong M.Sc, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
4. Segenap Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan skripsi ini.
5. Pihak minimarket Ceriamart Semper Timur yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.
6. Kedua orang tua yang tak pernah putus memberikan doa, karena ini untuk mamah dan papah yang selalu mendukung proses perkuliahan saya. Tidak lupa kepada suami saya yang telah mengantarkan saya bolak balik untuk bimbingan, memberikan semangat dan dukungan yang membangkitkan saya untuk terus berjuang menyelesaikan skripsi ini.

7. Untuk temanku yang selalu menemani dalam situasi apapun Mentari Filiani yang telah menemani dari semester satu sampai dia sudah lulus terima kasih untuk dukungan, saran, dan selalu memberi semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.
8. Seluruh teman-teman STEI program strata-1 Manajemen angkatan 2014 terimakasih untuk momen kebersamaan terbaik selama di STEI.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Mengingat keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari seluruh pembaca dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Jakarta, September 2020



PUTRI MELINDA
NPM 2114000068

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Melinda
NPM : 2114000068
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty- Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul:

FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI CERIA MART (Studi Kasus Ceriamart Semper Timur)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : September 2020

Yang menyatakan,



Putri Melinda

Putri Melinda NPK: 2114000068 Program Studi S-1 Manajemen	Dosen Pembimbing: Krishna Kamil, SE., MBA., CA., CPA
FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI CERIA MART (Studi Kasus Ceriamart Semper Timur)	
<p>ABSTRAK</p> <p>Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, iklan, gaya hidup, lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Ceriamart. Penelitian ini menggunakan data primer dengan penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian yaitu pelanggan aktif konsumen Ceriamart dengan jumlah sampel 150 responden, menggunakan teknik <i>probability sampling</i>. Analisis data penelitian ini menggunakan koefisien determinasi. Metode pengolahan data menggunakan <i>software SPSS versi 22.0</i>.</p> <p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian variabel iklan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian variabel gaya hidup (X_3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya lokasi (X_4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.</p>	
Kata Kunci : Harga, Iklan, Life Style Gaya Hidup, Lokasi, dan Keputusan Pembelian Konsumen	

Putri Melinda ID Number 2114000068 Bachelor Program S-1 Manajemen	Under the Guidance of: Krishna Kamil, SE., MBA., CA., CPA
---	--

**FACTORS THAT INFLUENCE THE CONSUMER PURCHASE
DECISION IN CERIAMART
(Case Study Ceriamart Semper Timur)**

ABSTRACT

The purpose of this study was to see the influence of influence, advertising, lifestyle, location of consumer decisions on Ceriamart. This study uses primary data by distributing questionnaires. The population in the study were active customers of Ceriamart consumers with a sample size of 150 respondents, using probability sampling techniques. Analysis of research data the coefficient of determination. Data processing method using SPSS version 22.0 software.

The results of this study indicate that the price variable (X1) has a positive and significant effect on purchasing decisions. Then the advertising variable (X2) has a significant effect on purchasing decisions. Then the lifestyle variable (X3) has a significant effect on purchasing decisions. Furthermore, location (X4) has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Prices, Advertising, Lifestyle, Location, and Consumer Purchase Decisions

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	7
2.2. Landasan Teori	11
2.2.1. Pengertian Pemasaran.....	12
2.2.2. Bauran Pemasaran	14
2.2.3. Pengertian Harga	14
2.2.4. Pengertian Iklan.....	16
2.2.5. Lifestyle (Gaya Hidup).....	18
2.2.6. Lokasi	20
2.2.7. Pegertian Keputusan Pembelian	22
2.2.8. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	24
2.3. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian.....	25
2.3.1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.3.2. Pengaruh Iklan Terhadap Keputusn Pembelian	25
2.3.3. Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.3.4. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	26

2.3.5 Pengaruh Harga, Iklan, Lifestyle dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.4. Pengembangan Hipotesis.....	27
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian	27
BAB III METODA PENELITIAN	29
3.1. Strategi Penelitian.....	29
3.2. Populasi dan Sampel.....	30
3.2.1. Populasi penelitian.....	30
3.2.2. Sampel penelitian	30
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data	32
3.4. Operasional Variabel	33
3.5. Metoda Analisis Data	35
3.5.1. Instrumen Penelitian.....	35
3.5.2. Metoda Penyajian Data.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian	40
4.2. Profil Responden	41
4.2.1. Jenis Kelamin	41
4.2.2. Usia.....	41
4.2.3. Aktivitas	42
4.2.4. Jumlah Kunjungan.....	43
4.3. Deskripsi Data	43
4.3.1 Hasil Pengujian Instrumen	46
4.4. Analisis Statistik Data	52
4.4.1 Analisis Koefisien Determinasi (KD)	52
4.4.2 Koefisien Determinasi Parsial	53
4.4.3 Koefisien Determinasi Simultan.....	56
4.4.4 Uji Parsial (Uji t)	56
4.4.5 Uji Simultan (Uji F).....	62
4.5. Temuan Hasil Penelitian.....	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	67
5.1. Simpulan.....	67
5.2. Saran	68
5.3. Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya	68
DAFTAR REFERENSI	69
LAMPIRAN	72

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.4. Bobot Alternatif Skala Likert.....	33
Tabel 3.4. Operasional dan Indikator.....	33
Tabel 4.1. Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2. Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.3. Frekuensi Responden Berdasarkan Aktivitas	42
Tabel 4.4. Frekuensi Responden Berdasarkan Kunjungan	43
Tabel 4.5. Uji Validitas Variabel Harga (X1)	47
Tabel 4.6. Uji Reliabilitas Variabel Harga (X1)	47
Tabel 4.7. Uji Validitas Variabel Iklan (X2).....	48
Tabel 4.8. Uji Reliabilitas Variabel Iklan (X2).....	48
Tabel 4.9. Uji Validitas Variabel Gaya Hidup (X3)	49
Tabel 4.10. Uji Reliabilitas Variabel Gaya Hidup (X3).....	50
Tabel 4.11. Uji Validitas Variabel Lokasi (X4).....	50
Tabel 4.12. Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X4)	51
Tabel 4.13. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	51
Tabel 4.14. Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	52
Tabel 4.15. Koefisien Determinasi Parsial Harga (X1)	53
Tabel 4.16. Koefisien Determinasi Parsial Iklan (X2).....	54
Tabel 4.17. Koefisien Determinasi Parsial Gaya Hidup (X3).....	54
Tabel 4.18. Koefisien Determinasi Parsial Lokasi (X4)	55
Tabel 4.19. Nilai Koefisien Korelasi dan Detreminasi	56
Tabel 4.20. Hasil Perhitungan Nilai t Hitung.....	57
Tabel 4.21. Uji Simultan (Uji F)	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.5. Kerangka Konseptual Penelitian	27
Gambar 4.1. Diagram Skala Likert Variabel Harga.....	43
Gambar 4.2. Diagram Skala Likert Variabel Iklan	44
Gambar 4.3. Diagram Skala Likert Variabel Gaya Hidup	45
Gambar 4.4. Diagram Skala Likert Variabel Lokasi	45
Gambar 4.5. Diagram Skala Likert Variabel Keputusan Pembelian	46
Gambar 4.6. Bagan Hasil Penelitian	63

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	72
Lampiran 2 Tabulasi Skor Variabel Harga (X1).....	76
Lampiran 3 Tabulasi Skor Variabel Iklan (X2)	81
Lampiran 4 Tabulasi Skor Variabel Gaya Hidup (X3)	86
Lampiran 5 Tabulasi Skor Variabel Lokasi (X4).....	91
Lampiran 6 Tabulasi Skor Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	96
Lampiran 7 Reliability & Validity Harga (X1).....	101
Lampiran 8 Reliability & Validity Iklan (X2)	102
Lampiran 9 Reliability & Validity Gaya Hidup (X3)	103
Lampiran 10 Reliability & Validity Lokasi (X4).....	104
Lampiran 11 Reliability & Validity Keputusan Pembelian (Y).....	105
Lampiran 12 Uji Korelasi Parsial Harga (X1)	106
Lampiran 13 Uji Korelasi Parsial Iklan (X2).....	107
Lampiran 14 Uji Korelasi Parsial Gaya Hidup (X3).....	108
Lampiran 15 Uji Korelasi Parsial Lokasi (X4)	109
Lampiran 16 Model Summary	110
Lampiran 17 Hasil Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	111
Lampiran 18 Hasil Hipotesis Secara Parsial (Uji F)	112
Lampiran 19 Daftar Riwayat Hidup.....	113
Lampiran 20 Surat Keterangan Riset	1

