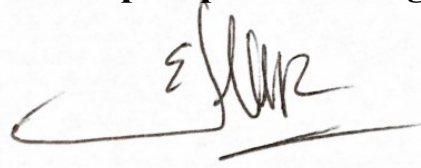


**PENGARUH PERSEPSI SYARIAH, HARGA, LOKASI
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN
(Studi pada Pelanggan Supermarket Tip Top Rawamangun)**



Dr. Engkur, S.IP., ME.

29 Agustus 2020

SKRIPSI

**BAYU ADHI PRABOWO
21150000130**



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

**PENGARUH PERSEPSI SYARIAH, HARGA, LOKASI
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN
(Studi pada Pelanggan Supermarket Tip Top Rawamangun)**

SKRIPSI

**BAYU ADHI PRABOWO
21150000130**



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

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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan judul :

**PENGARUH PERSEPSI SYARIAH, HARGA, LOKASI DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada Pelanggan Supermarket Tip Top Rawamangun)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana 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 kesarjanaan 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


BAYU ADHI PRABOWO
NPM 21150000130

PERSETUJUAN PEMBIMBING

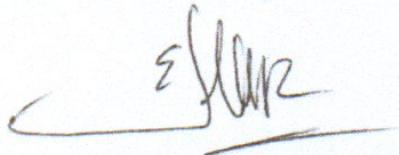
Karya ilmiah dengan judul :

**PENGARUH PERSEPSI SYARIAH, HARGA, LOKASI DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada Pelanggan Supermarket Tip Top Rawamangun)**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya Ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Dr. Engkur, S.IP., ME. dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, September 2020.

Pembimbing,



Dr. Engkur, S.IP., ME.

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc

PRODI S1 MANAJEMEN


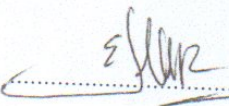
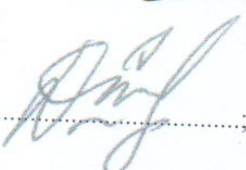
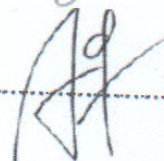
HALAMAN PENGESAHAN

Karya ilmiah dengan judul :

**PENGARUH PERSEPSI SYARIAH, HARGA, LOKASI DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada Pelanggan Supermarket Tip Top Rawamangun)**

telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi pada tanggal 18 September 2020 dengan nilai **B+**

Panitia Ujian Karya ilmiah

1. ; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2. ; Dr. Engkur, S.IP., ME.
(Pembimbing)
3. ; Ir. Dwi Windu Suryono, MS
(Anggota Penguji)
4. ; M. Ramaditya, BBA., MBA
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya ilmiah yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Ibu Dr. Engkur, S.IP., ME. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam memberikan petunjuk dan koreksi atas penelitian skripsi ini.
2. Bapak Ir. Dwi Windu Suryono, MS dan M. Ramaditya, BBA., MBA selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs Ridwan Maronrong, M.Sc., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
4. Bapak Dr. Anhar, M.Sc., SE., Ak., CA selaku Kepala Departemen Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
5. Bapak Drs. Sumitro, MSc selaku Kepala Prodi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
6. Seluruh dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan ilmu Manajemen dan ilmu penunjang lainnya.
7. Pimpinan dan seluruh karyawan Supermarket Tip Top Rawamangun terimakasih yang sebesar-besarnya atas waktunya untuk mengisi kuisioner dan izin yang telah diberikan selama penulis melakukan penelitian.
8. Kedua orang tua tercinta yang selalu mendoakan dan memberikan semangat serta dukungan lahir batin, dan terima kasih atas nasehatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan karya ilmiah ini.

Jakarta, September 2020

BAYU ADHI PRABOWO
NPM 21150000130

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : BAYU ADHI PRABOWO
NPM : 21150000130
Program Studi : S1 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 karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH PERSEPSI SYARIAH, HARGA, LOKASI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Pelanggan Supermarket Tip Top Rawamangun)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah 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,

ttd

BAYU ADHI PRABOWO

Bayu Adhi Prabowo NPM : 21150000130 Program Studi S-1 Manajemen	Dosen Pembimbing : Dr. Engkur, S.IP., ME.
PENGARUH PERSEPSI SYARIAH, HARGA, LOKASI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Pelanggan Supermarket Tip Top Rawamangun)	
ABSTRAK	
<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi syariah, harga, lokasi dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada Supermarket Tip Top Rawamangun.</p> <p>Strategi yang digunakan adalah strategi asosiatif. Metoda penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metoda survei, dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya. Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan Supermarket Tip Top Rawamangun berjumlah 97 orang.</p> <p>Hasil Penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan terdapat pengaruh signifikan persepsi syariah, lokasi, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada Supermarket Tip Top Rawamangun. Semakin baik persepsi syariah, lokasi, harga terjangkau dan citra merek akan semakin meningkatkan keputusan pembelian pada supermarket Tiptop Rawamangun.</p> <p>Temuan hasil penelitian ini bermanfaat untuk Tiptop Rawamangun untuk senantiasa mempertahankan persepsi syariah di benak pelanggan agar semakin meningkatkan minat masyarakat pada Supermarket tersebut.</p>	
<i>Kata kunci : Persepsi Syariah, Harga, Lokasi, Citra Merek, Keputusan Pembelian</i>	

Bayu Adhi Prabowo NPM : 21150000130 Program Studi S-1 Manajemen	<i>Supervisor:</i> Dr. Engkur, S.IP., ME.
<i>THE INFLUENCE OF SHARIA PERCEPTION, PRICE, LOCATION AND BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISIONS (Study on Rawamangun's Tip Top Supermarket Customers)</i>	
<i>ABSTRACT</i>	
<i>This study aims to determine the effect of Islamic perceptions, price, location and brand image on purchasing decisions at the Rawamangun Tip Top Supermarket.</i>	
<i>The strategy used is an associative strategy. The research method used in this research is a survey method, using a questionnaire as a data collection tool. Respondents who were the samples in this study were 97 customers of the Tip Top Rawamangun Supermarket.</i>	
<i>The results showed that partially and simultaneously there was a significant positive effect on the perception of sharia, location. price, and brand image on purchasing decisions at Tip Top Rawamangun Supermarket. The better the perception of sharia, location, affordable prices and brand image, the more purchasing decisions will be made at Tiptop Rawamangun supermarket.</i>	
<i>The findings of this study are useful for Tiptop Rawamangun to always maintain the perception of sharia in the minds of customers in order to further increase public interest in the supermarket.</i>	
<i>Keywords: Sharia Perception, Price, Location, Brand Image, Buying decision</i>	

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1. <i>Review</i> Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	10
2.2. Landasan Teori.....	14
2.2.1. Manajemen Pemasaran.....	14
2.2.2. Persepsi syariah.....	16
2.2.3. Harga	25
2.2.4. Lokasi.....	28
2.2.5. Citra Merek	30
2.2.6. Keputusan Pembelian.....	32

	Halaman
2.3. Keterkaitan antar Variabel Penelitian	37
2.3.1. Pengaruh persepsi syariah terhadap keputusan pembelian.....	37
2.3.2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian	38
2.3.3. Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian	39
2.3.4. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.....	40
2.4. Pengembangan Hipotesis Penelitian	41
BAB III METODA PENELITIAN.....	42
3.1. Strategi Penelitian	42
3.2. Populasi dan Sampel	42
3.2.1. Populasi penelitian.....	42
3.2.2. Sampel penelitian	42
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data.....	44
3.3.1. Jenis Data.....	44
3.3.2. Metoda Pengumpulan Data	44
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	48
3.5. Metoda Analisis Data.....	49
3.5.1. Metoda Pengolahan Data.....	49
3.5.2. Metoda Penyajian Data.....	49
3.5.3. Analisis Statistik Data	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	54
4.2. Deskripsi Responden.....	56
4.3. Deskripsi Data.....	58
4.4. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	60
4.4.1. Uji validitas	61
4.4.2. Uji reliabilitas.....	62

	Halaman
4.5. Analisis Statistik Data.....	63
4.5.1. Analisis koefisien determinasi	63
4.5.2. Pengujian hipotesis	68
4.6. Temuan Hasil Penelitian	71
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	76
5.1. Simpulan	76
5.2. Saran.....	76
5.3. Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya.....	77
DAFTAR REFERENSI	79
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. TBI Supermarket.....	6
Tabel 3.1. Bobot Nilai Skala Likert	45
Tabel 3.1. Variabel dan Indikator Penelitian.....	45
Tabel 4.1. Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Usia	56
Tabel 4.2. Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.3. Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pendidikan Terakhir	57
Tabel 4.4. Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Status.....	57
Tabel 4.5. Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pendapatan	57
Tabel 4.6. Validitas Instrumen Per butir untuk Variabel Persepsi Syariah	61
Tabel 4.7. Validitas Instrumen Per butir untuk Variabel Harga.....	62
Tabel 4.8. Validitas Instrumen Per butir untuk Variabel Lokasi	62
Tabel 4.9. Validitas Instrumen Per butir untuk Variabel Citra Merek	63
Tabel 4.10. Validitas Instrumen Per butir untuk Variabel Keputusan Pembelian.....	63
Tabel 4.11. Hasil Keseluruhan Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 4.12. Koefisien Korelasi dan Determinasi Simultan Variabel Persepsi Syariah (X_1), Variabel Harga (X_2), Variabel Lokasi (X_3), dan Citra Merek (X_4) Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)...	67
Tabel 4.13. Pengujian Hipotesis Simultan Variabel Persepsi Syariah (X_1), Variabel Harga (X_2), Variabel Lokasi (X_3), dan Citra Merek (X_4) Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)...	70
Tabel 4.14. Matriks Hasil Penelitian.....	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	41
Gambar 4.1 Diagram Skala Likert Variabel Persepsi Syariah (X_1).....	58
Gambar 4.2 Diagram Skala Likert Variabel Harga (X_2).....	59
Gambar 4.3 Diagram Skala Likert Variabel Lokasi (X_3).....	59
Gambar 4.4 Diagram Skala Likert Variabel Citra Merek (X_4).....	60
Gambar 4.5 Diagram Skala Likert Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	60

DAFTAR LAMPIRAN

		Halaman
Lampiran 1.	Kuesioner Penelitian	82
Lampiran 2.	Tabulasi Data Hasil Coba Variabel Persepsi syariah (X_1).....	86
Lampiran 3.	Tabulasi Data Hasil Coba Variabel Harga (X_2).....	87
Lampiran 4.	Tabulasi Data Hasil Coba Variabel Lokasi (X_3).....	88
Lampiran 5.	Tabulasi Data Hasil Coba Variabel Citra Merek (X_4)	89
Lampiran 6.	Tabulasi Data Hasil Coba Variabel Keputusan Pembelian (Y)	90
Lampiran 7.	Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi syariah (X_1)	91
Lampiran 8.	Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_2)	92
Lampiran 9.	Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X_3)	93
Lampiran 10.	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X_4).....	94
Lampiran 11.	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	95
Lampiran 12.	Hasil Uji Realibilitas Uji Cronbach Alpha.....	96
Lampiran 13.	Tabulasi Data Variabel Persepsi syariah (X_1).....	99
Lampiran 14.	Tabulasi Data Variabel Harga (X_2).....	102
Lampiran 15.	Tabulasi Data Variabel Lokasi (X_3).....	105
Lampiran 16.	Tabulasi Data Variabel Citra Merek (X_4)	108
Lampiran 17.	Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y)	111
Lampiran 18.	Data Berpasangan Variabel X_1, X_2, X_3, X_4 dan Y.....	114
Lampiran 19.	Hasil Output SPSS (Deskripsi Data).....	117
Lampiran 20.	Hasil Output SPSS (Koefisien Determinasi Parsial).....	118
Lampiran 21.	Hasil Output SPSS (Koefisien Determinasi Simultan).....	119
Lampiran 22.	Surat Keterangan Riset.....	120
Lampiran 23.	Daftar Riwayat Hidup Peneliti.....	121