

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
MEMBELI SEPATU ADIDAS**

(Studi Kasus Pada Toko Gemar & Toko Rajin Sport Di Kramat Jati)

**SKRIPSI**

**MAULANA OKTVIANDA WINATA  
2114000495**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMIINDONESIA  
JAKARTA  
2019**

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
MEMBELI SEPATU ADIDAS**

(Studi Kasus Pada Toko Gemar & Toko Rajin Sport Di Kramat Jati)

**SKRIPSI**

**MAULANA OKTVIANDA WINATA  
2114000495**



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

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2019**

# PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
MEMBELI SEPATU ADIDAS  
(Studi Kasus Pada Toko Gemar & Toko Rajin Sport Di Kramat Jati)**

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi S-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 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, 21 Maret 2019



**MAULANA OKTVIANDA WINATA**

NPM 2114000495

# PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
MEMBELI SEPATU ADIDAS  
(Studi Kasus Pada Toko Gemar & Toko Rajin Sport Di Kramat Jati)**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Lina Noersanti, SSI, MSi dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

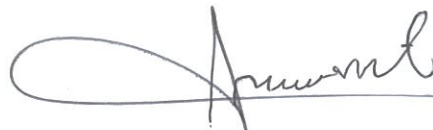
Jakarta, 21 Maret 2019

Pembimbing,



Lina Noersanti, SSI, MSi

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Drs. Sumitro, MSc

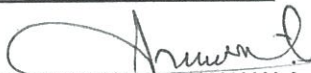



## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
MEMBELI SEPATU ADIDAS  
(Studi Kasus Pada Toko Gemar & Toko Rajin Sport Di Kramat Jati)**

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 21 Maret 2019 dengan nilai A.

### Panitia Ujian Skripsi

1.  ..... ; Drs. Sumitro, MSc  
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  ..... ; Muhammad Ramaditya, BBA, MSc  
(Sekretaris Program Studi S-1 Manajemen)
3.  ..... ; Lina Noersanti, SSi, MSi  
(Pembimbing)
4.  ..... ; Gatot Prabantoro, SE, MM  
(Penguji 1)
5.  ..... ; Drs. Sumitro, Msc  
(Penguji 2)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karuniaNya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Skripsi 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. Lina Noersanti, SSi, MSi selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. ....dan.....selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, MSc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
4. Drs. Sumitro, MSc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Pihak Toko Gemar Sport dan Toko Rajin Sport yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.
6. Kedua orang tua , yang selama ini tidak pernah berhenti memberikan doa dan dukungannya baik material dan moral.
7. Syifa Rilfianindiya Sari, yang telah memberikan perhatian dan semangat untuk penulis.
8. Reina Athira Lestari yang telah menemani, membantu dan memberikan dukungan peneliti dalam penyusunan skripsi ini, dan bantuan lainnya yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.
9. Sahabat-sahabat seperjuangan selama 8 semester di STEI (Sunah, Amalia, Ocín, Rahmah, Tika, Ajeng, Silvi) yang selama ini sudah memberi dukungan, serta memberi saran dalam menyelesaikan skripsi ini.

10. Sahabat – sahabat seperjuangan skripsi (Fikri Haikal, Hana Nadira, Yulia Sari, Sary, Muhammad Fadhil, Norman Abdilah) terima kasih sudah membantu dan memberikan saran serta memberi dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

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

Jakarta, ... Februari 2019

**MAULANA OKTVIANDA WINATA**

NPM 2114000495

## **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama	: Maulana Oktvianda Winata
NPM	: 2114000495
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 Royalti-Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul:

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
MEMBELI SEPATU ADIDAS  
(Studi Kasus Pada Toko Gemar & Toko Rajin Sport Di Kramat Jati)**

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 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 : ... Maret 2019

Yang menyatakan,

Maulana Oktvianda Winata



Maulana Oktvianda Winata

Dosen Pembimbing:

NPM : 2114000495

Lina Noersanti, SSi, MSi

Program Studi S-1 Manajemen

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
MEMBELI SEPATU ADIDAS  
(Studi Kasus Pada Toko Gemar & Toko Rajin Sport Di Kramat Jati)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan konsumen membeli sepatu Adidas di Toko Sport Kramat Jati.

Penelitian ini menggunakan data primer dengan penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian yaitu pelanggan Toko Gemar Sport dan Toko Rajin Sport dengan jumlah sampel 97 responden menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data penelitian ini menggunakan koefisien determinasi parsial dan simultan dengan metode pengolahan data menggunakan yaitu SPSS 22.0

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai sebesar  $0,019 < 0,05$ . kemudian variabel promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai sebesar  $0,242 > 0,05$ . Dan kemudian variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sehingga secara simultan variabel harga, promosi dan lokasi berpengaruh signifikan dengan nilai sebesar  $0,000 < 0,05$ .

<p>Maulana Oktvianda Winata  NPM : 2114000495  Program Studi S-1 Manajemen</p>	<p>Dosen Pembimbing:  Lima Noersanti, SSi, MSi</p>
<p><b><i>THE INFLUENCE OF PRICE, PROMOTION AND LOCATION TO  PURCHASE DECISION OF CUSTOMER ADIDAS SHOES</i></b></p>	
<p><b><i>ABSTRACT</i></b></p> <p><i>This study aims to analyze the influence of price, promotion and location to purchase decision of consumers to buy Adidas shoes at Kramat Jati Sport Shop.</i></p> <p><i>This study uses primary data by distributing questionnaires. The population in the study were Gemar Sport Shop customers and Rajin Sport Shop with a sample of 97 respondents using purposive sampling technique. The data analysis of this study uses a coefficient of partial determination and simultaneous data processing method using SPSS 22.0</i></p> <p><i>The results of this study indicate that the price variable has a significant effect on purchasing decisions with a value of <math>0.019 &lt; 0.05</math>. then the promotion variable has no significant effect on purchasing decisions with a value of <math>0.242 &gt; 0.05</math>. And then the location variable has a significant effect on purchasing decisions with a value of <math>0,000 &lt; 0,05</math>. So that simultaneously the price, promotion and location variables have a significant effect with a value of <math>0,000 &lt; 0,05</math>.</i></p>	
<p><b><i>Keywords: Price, Promotion, Location, Purchase Decision</i></b></p>	

# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN 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.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu.....	6
2.2. Landasan Teori.....	9
2.2.1. Pengertian Pemasaran.....	9
2.2.2. Bauran Pemasaran .....	11
2.2.3. Harga .....	12
2.2.4. Promosi.....	17

	<b>Halaman</b>
2.2.5. Lokasi .....	20
2.2.6. Keputusan Pembelian.....	23
2.3. Keterkaitan antar Variabel .....	30
2.3.1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.3.2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian ....	30
2.3.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.3.4. Pengaruh Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.4. Pengembangan Hipotesis .....	32
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian .....	32
 <b>BAB III METODA PENELITIAN .....</b>	 <b>34</b>
3.1. Strategi Penelitian .....	34
3.2. Populasi dan Sampel .....	34
3.2.1 Populasi penelitian .....	34
3.2.2 Sampel penelitian .....	34
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data .....	35
3.3.1 Jenis data .....	35
3.3.2 Metoda pengumpulan data .....	36
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	37
3.5. Metoda Analisis Data.....	43
 <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	 <b>48</b>
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	48
4.2. Deskripsi Responden.....	49
4.3. Deskripsi Data.....	51
4.3.1. Variabel Harga ( $X_1$ ).....	51
4.3.2. Variabel Promosi ( $X_2$ ).....	52
4.3.3. Variabel Lokasi ( $X_3$ ) .....	52
4.3.4. Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	53

	<b>Halaman</b>
4.4. Hasil Pengujian Instrumen .....	54
4.4.1. Uji Validitas .....	54
4.4.2. Uji Reliabilitas .....	57
4.5. Analisis Statistik Data.....	58
4.5.1. Analisis Koefisien Determinasi Parsial.....	58
4.5.2. Analisis Koesfisien Determinasi Simultan .....	59
4.5.3. Pengujian Hipotesis.....	59
4.6. Temuan Hasil Penelitian .....	61
<b>BAB V   SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>63</b>
5.1. Simpulan .....	63
5.2. Saran.....	63
<b>DAFTAR REFERENSI .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>68</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
<b>Tabel 3.1.</b> Indikator Harga (X1) .....	38
<b>Tabel 3.2.</b> Indikator Promosi (X2) .....	39
<b>Tabel 3.3.</b> Indikator Lokasi (X3) .....	40
<b>Tabel 3.4.</b> Indikator Keputusan Pembelian (Y) .....	41
<b>Tabel 3.5.</b> Ketentuan Pengukuran Instrumen Penelitian.....	42
<b>Tabel 4.1.</b> Data Responden Berdasarkan Usia.....	49
<b>Tabel 4.2.</b> Data Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	50
<b>Tabel 4.3.</b> Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
<b>Tabel 4.4.</b> Data Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	50
<b>Tabel 4.5.</b> Rekap Jawaban Responden Atas Kuesioner Mengenai Variabel Harga (X1) .....	51
<b>Tabel 4.6.</b> Rekap Jawaban Responden Atas Kuesioner Mengenai Variabel Promosi (X2).....	52
<b>Tabel 4.7.</b> Rekap Jawaban Responden Atas Kuesioner Mengenai Variabel Lokasi (X3) .....	52
<b>Tabel 4.8.</b> Rekap Jawaban Responden Atas Kuesioner Mengenai Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	53
<b>Tabel 4.9.</b> Validitas Instrumen Per Butir Untuk Harga (X1).....	55
<b>Tabel 4.10.</b> Validitas Instrumen Per Butir Untuk Promosi (X2) .....	55
<b>Tabel 4.11.</b> Validitas Instrumen Per Butir Untuk Lokasi (X3).....	56
<b>Tabel 4.12.</b> Validitas Instrumen Per Butir Untuk Keputusan Pembelian (Y).....	56
<b>Tabel 4.13.</b> Hasil Uji Reliabilitas.....	57

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 2.1.</b> Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian .....	25
<b>Gambar 2.2.</b> Tahap-tahap Evaluasi Alternatif Keputusan Pembelian .....	27
<b>Gambar 2.3.</b> Kerangka Pemikiran.....	33

## **DAFTAR LAMPIRAN**

		<b>Halaman</b>
<b>Lampiran 1.</b>	Kuesioner Penelitian .....	68
<b>Lampiran 2.</b>	Struktur Organisasi.....	72
<b>Lampiran 3.</b>	Skor Untuk Variabel Harga.....	73
<b>Lampiran 4.</b>	Skor Untuk Variabel Promosi .....	76
<b>Lampiran 5.</b>	Skor Untuk Variabel Lokasi.....	79
<b>Lampiran 6.</b>	Skor Untuk Variabel Keputusan Pembelian .....	82
<b>Lampiran 7.</b>	Uji Validitas Harga (X1).....	85
<b>Lampiran 8.</b>	Uji Validitas Promosi (X2) .....	86
<b>Lampiran 9.</b>	Uji Validitas Lokasi (X3).....	87
<b>Lampiran 10.</b>	Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	88
<b>Lampiran 11.</b>	Uji Reliabilitas .....	89
<b>Lampiran 12.</b>	Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial .....	90
<b>Lampiran 13.</b>	Hasil Uji Koefisien Berganda .....	91