

**ANALISIS PENGARUH KERAGAMAN PRODUK,  
LOKASI, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
DI GIANT EKSPRESS CIPINANG**

**SKRIPSI**

**RISCA MARDHIAH HAYATI**

**2114000167**



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

**PROGRAM STUDI STRATA1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

**JAKARTA**

**2019**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

### **ANALISIS PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, LOKASI, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI GIANT EKSPRESS CIPINANG**

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) 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 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 dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 29 Maret 2019



**RISCA MARDHIAH HAYATI**  
NPM 2114000167

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul:

### **ANALISIS PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, LOKASI, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI GIANT EKSPRESS CIPINANG**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Drs. Sumitro, M.Sc 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, 29 Maret 2019

Pembimbing,

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Drs. Sumitro, M.Sc



Drs. Sumitro, M.Sc


## HALAMAN PENGESAHAN


Skripsi dengan judul :

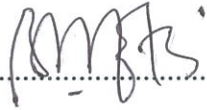
### **ANALISIS PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, LOKASI, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI GIANT EKSPRESS CIPINANG**


Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Pada tanggal 29 Maret 2019 dengan nilai A

#### **Panitia ujian skripsi**

1.  : Drs. Sumitro, M.Sc  
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)

2.  : Drs. Sumitro, M.Sc  
(Pembimbing)

3.  : Dr. Ir. Diah Pranitasari, MM  
(Anggota Penguji 1)

4.  : Lina Noersanti, S.Si., M.Si  
(Anggota Penguji 2)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen, 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 disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc selaku dosen pembimbing sekaligus Kepala Program Studi S-1 Manajemen yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu dan Bapak 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.
4. Segenap Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Untuk Giant Ekspres Cipinang terutama Bapak Sukadim dan Bapak Bobby yang telah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian disana.
6. Kedua orang tua yang tak pernah putus memberikan doa, terutama untuk ibu. Tidak lupa kepada adik kandung peneliti yaitu Sandi Kurniawan yang selalu memberikan semangat dan dukungan yang membangkitkan peneliti untuk terus berjuang.
7. Kepada Sahabat terbaik dan seperjuangan yang selalu menyemangati untuk menyelesaikan skripsi ini (Ayu Suharni, Rosita Damayanti, Siti Rokayah, Siti Nuraesih, Irham Crissantoso, SE).

8. Untuk Suryadih yang selalu hadir disaat susah, senang, dan selalu membantu serta memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Segenap teman-teman Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) khususnya kelas B Manajemen Reguler Malam angkatan 2014 dan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih sebanyak-banyaknya atas masukan-masukan yang membangun dan saling membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

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

Jakarta, 29 Maret 2019

**RISCA MARDHIAH HAYATI**  
NPM 2114000167

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

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

Nama : Risca Mardhiah Hayati  
Npk : 2114000167  
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 :

### **ANALISIS PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, LOKASI, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI GIANT EKSPRESS CIPINANG**

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 : 29 Maret 2019

Yang menyatakan

Risca Mardhiah Hayati

Risca Mardhiah Hayati

2114000167

Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :

Drs. Sumitro, M.Sc

**ANALISIS PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, LOKASI, HARGA  
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
DI GIANT EKSPRESS CIPINANG**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah keragaman produk, lokasi, harga dan promosi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Giant Ekspress Cipinang. Metode analisis yang digunakan adalah Koefisien Determinasi.

Hasil dari penelitian ini adalah secara parsial keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen memiliki pengaruh yang signifikan. Pada variabel lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen juga terdapat pengaruh yang signifikan. Sedangkan variabel harga terhadap keputusan pembelian konsumen tidak terdapat pengaruh yang signifikan. Pada variabel promosi terhadap keputusan pembelian konsumen terdapat pengaruh yang signifikan. Secara simultan keragaman produk, lokasi, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen terdapat pengaruh yang signifikan.

***Kata Kunci* : Keragaman Produk, Lokasi, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian**



Risca Mardhiah Hayati

Academic Advisor :

2114000177

Drs. Sumitro, M.Sc

Study Program S-1 Management

***ANALYSIS INFLUENCE OF PRODUCT DIVERSITY, LOCATION, PRICE  
AND PROMOTION ON CONSUMER PURCHASE DECISION  
AT GIANT EKSPRESS CIPINANG***

***ABSTRACT***

*This research aims to investigate do product diversity, location, price and promotion influence consumer purchase dicision at Giant Ekspress Cipinang. Data analysis method used in this research is Koefisien Determinasi.*

*The result of this research is partially of product diversity toward consumer purchase decision have impact who significance. Variable of location toward consumer purchase decision also have impact who significance. While, variable of price toward consumer purchase decision has no impact who significance. Variable of promotion toward consumer purchase decision have impact who significance. Simultaneously product diversity, location, price and promotion toward consumer purchase decision have impact who significance.*

***Keywords: Product Diversity, Location, Prices, Promotion, Purchase Decision***

# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI SKRIPSI .....	vii
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu .....	7
2.2. Landasan Teori .....	12
2.2.1. Pengertian pemasaran .....	12
2.2.2. Pengertian manajemen pemasaran.....	13
2.2.3. Pengertian keragaman produk.....	14
2.2.4. Pengertian lokasi.....	15
2.2.5. Pengertian harga .....	17
2.2.6. Pengertian promosi .....	20
2.2.7. Pengertian keputusan pembelian .....	22
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	23
2.4. Pengembangan Hipotesis.....	26
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian .....	28
<b>BAB III METODA PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
3.1. Strategi Penelitian.....	29
3.2. Populasi dan Sampel.....	29
3.2.1. Populasi penelitian.....	29
3.2.2. Sampel penelitian .....	30

	<b>Halaman</b>
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data .....	30
3.4. Operasionalisasi Variabel .....	32
3.4.1. Instrumen Penelitian .....	33
3.4.2. Uji Validitas .....	36
3.4.3. Uji Reabilitas .....	37
3.5. Metoda Analisis Data .....	37
3.5.1. Metoda pengolahan data .....	38
3.5.2. Metoda penyajian data .....	38
3.5.3. Analisis statistik data .....	38
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>42</b>
4.1. Deskripsi Perusahaan .....	42
4.2. Deskripsi Responden .....	43
4.3. Deskripsi Data .....	45
4.4. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....	48
4.4.1. Uji validitas .....	48
4.4.2. Uji reliabilitas .....	51
4.5. Analisis Statistik Data .....	52
4.5.1. Analisis Koefisien Determinasi (KD).....	52
4.4.2. Pengujian hipotesis .....	57
4.6. Temuan Hasil Penelitian.....	59
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>61</b>
5.1. Simpulan.....	61
5.2. Saran .....	62
5.3. Keterbatasan penelitian .....	62
DAFTAR REFERENSI .....	64
LAMPIRAN .....	67

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 3.1. Tanggapan Responden dan Skor Untuk Jawaban Responden .....	33
Tabel 3.2. Instrumen Variabel Keragaman Produk .....	34
Tabel 3.3. Instrumen Variabel Lokasi .....	35
Tabel 3.4. Instrumen Variabel Harga .....	35
Tabel 3.5. Instrumen Variabel Promosi .....	36
Tabel 3.6. Instrumen Variabel Keputusan Penelitian .....	36
Tabel 4.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
Tabel 4.2. Profil Responden Berdasarkan Usia .....	44
Tabel 4.3. Profit Responden Berdasarkan Pendapatan .....	44
Tabel 4.4. Profil Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan Belanja .....	45
Tabel 4.5. Validitas Instrumen Per Butir Variabel Keragaman Produk ( $X_1$ ) .....	48
Tabel 4.6. Validitas Instrumen Per Butir Variabel Lokasi ( $X_2$ ) .....	49
Tabel 4.7. Validitas Instrumen Per Butir Variabel Harga ( $X_3$ ) .....	49
Tabel 4.8. Validitas Instrumen Per Butir Variabel Promosi ( $X_4$ ) .....	50
Tabel 4.9. Validitas Instrumen Per Butir Variabel Keputusan Pembelian (Y) ...	50
Tabel 4.10. Reliabilitas Instrumen Variabel $X_1, X_2, X_3, X_4$ Dan Y .....	51
Tabel 4.11. KD Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	52
Tabel 4.12. KD Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	53
Tabel 4.13. KD Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	54
Tabel 4.14. KD Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	55
Tabel 4.15. Korelasi Berganda $X_1, X_2, X_3, X_4$ Terhadap Y .....	56
Tabel 4.16. Hasil Hipotesis secara Simultan (uji F) .....	58

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual .....	27
Gambar 4.1. Diagram Skala Likert Variabel Keragaman Produk .....	46
Gambar 4.2. Diagram Skala Likert Variabel Lokasi .....	46
Gambar 4.3. Diagram Skala Likert Variabel Harga .....	47
Gambar 4.4. Diagram Skala Likert Variabel Promosi .....	47
Gambar 4.5. Diagram Skala Likert Variabel Keputusan Pembelian .....	48

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1.** Pernyataan Kuesioner
- Lampiran 2.** Skor Kuisisioner Variabel Keragaman Product
- Lampiran 3.** Skor Kuisisioner Variabel Lokasi
- Lampiran 4.** Skor Kuisisioner Variabel Harga
- Lampiran 5.** Skor Kuisisioner Promosi
- Lampiran 6.** Skor Kuisisioner Keputusan Pembelian
- Lampiran 7.** Hasil Uji Validitas Per Butir Keraagman Produk ( $X_1$ )
- Lampiran 8.** Hasil Uji Validitas Per Butir Lokasi ( $X_2$ )
- Lampiran 9.** Hasil Uji Validitas Per Butir Harga ( $X_3$ )
- Lampiran 10.** Hasil Uji Validitas Per Butir Promosi ( $X_4$ )
- Lampiran 11.** Hasil Uji Validitas Per Butir Keputusan Pembelian (Y)
- Lampiran 12.** Hasil Uji Reability Per Butir Keragaman Produk ( $X_1$ )
- Lampiran 13.** Hasil Uji Reability Per Butir Lokasi ( $X_2$ )
- Lampiran 14.** Hasil Uji Reability Per Butir Harga ( $X_3$ )
- Lampiran 15.** Hasil Uji Reability Per Butir Promosi ( $X_4$ )
- Lampiran 16.** Hasil Uji Reability Per Keputusan Pembelian (Y)
- Lampiran 17.** Hasil Uji Parsial Keragaman Produk ( $X_1$ )
- Lampiran 18.** Hasil Uji Parsial Lokasi ( $X_2$ )
- Lampiran 19.** Hasil Uji Parsial Harga ( $X_3$ )
- Lampiran 20.** Hasil Uji Parsial Promosi ( $X_4$ )
- Lampiran 21.** Koefisien Korlasi Simultan dan Nilai Sifnifikan F
- Lampiran 22.** Hasil Uji Parsial (Uji t)
- Lampiran 23.** Hasil Uji Simultan (Uji F)
- Lampiran 24.** Riwayat Hidup