

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEBAB TURKI
BABA RAFI RUKO METLAND TRANSYOGI**

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana
Jakarta**



**Nama : HERI NUGRAHA
NIM : 43114320031**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2019**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Heri Nugraha
Nim : 43114320031
Program Studi : Manajemen S1

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi ini adalah asli karya sendiri. Skripsi ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan dari pihak lain kecuali arahan dan bimbingan Dosen Pembimbing. Apabila saya mengutip karya orang lain, saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan). Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan aturan yang berlaku.

Jakarta, 30 Januari 2019




Heri Nugraha

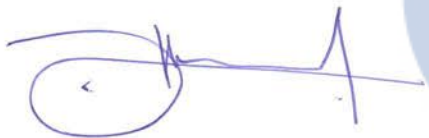
Nim 43114320031

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Heri Nugraha
NIM : 43114320031
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Promosi, Harga dan Lokasi Terhadap
Terhadap Keputusan Pembelian Kebab Turki Baba Rafi
Ruko Metland Transyogi
Tanggal Lulus Ujian : 29 - 01 - 2019

Disahkan Oleh :

Pembimbing,



Dra. Yanti Murni, MM

Tanggal : 02 - 02 - 2019

Ketua Penguji,



Dr. Parwoto, ST., MM

Tanggal: 06 - 02 - 2019

Dekan,



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS., CMA., CRS

Tanggal: 09 - 02 - 2019

Ketua Program Studi
S1 Manajemen,



Dudi Permana, Ph. D

Tanggal: 9/2/19

ABSTRACT

This study is to determine the effect of Promotion, Price and Location on the Purchase Decision of Kebab Turki Baba rafi Ruko Metland Transyogi. The object of this research is the Consumer Kebab Turki Baba Rafi Ruko Metland Transyogi. This study was conducted on 102 respondents using descriptive and causal approaches. The analysis used is Statistical Analysis in the form of Multiple Linear Regression Tests.

The results of this study indicate that Promotion has a significant effect on purchasing decisions of Kebab Turki Baba Rafi Ruko Metland Transyogi. Price Affects Positive and Significant Impact on Turkish Kebab Purchasing Decision Baba Rafi Metland Transyogi Shophouse and Location have a positive and significant effect on Baba Rafi's Turkish Kebab Purchase Decision Ruko Metland Transyogi.

Keywords: *Promotion, Price, Location and Purchasing Decision*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Promosi, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Kebab Turki Baba rafi Ruko Metland Transyogi. Objek penelitian ini adalah Konsumen Kebab Turki Baba Rafi Ruko Metland Transyogi. Penelitian ini dilakukan terhadap 102 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif dan kausal. Analisis yang digunakan adalah Analisis Statistik dalam bentuk Uji Regresi Linier Berganda.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kebab Turki Baba Rafi Ruko Metland Transyogi. Harga Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kebab Turki Baba Rafi Ruko Metland Transyogi dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kebab Turki Baba Rafi Ruko Metland Transyogi.

Kata Kunci : Promosi, Harga, Lokasi dan Keputusan Pembelian



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Segala Puji bagi Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Kebab Turki Baba Rafi Ruko Metland Transyogi”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjan pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana.

Peneliti menyadari sebagai manusia, dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan karena keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dra. Yanti Murni, MM selaku dosen pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat yang bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti.

Peneliti dalam kesempatan kali ini mengucapkan Alhamdulillah atas Hidayah dan Inayah-Nya sehingga Skripsi ini dapat selesai, dan Peneliti haturkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS., CMA., CRS. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

3. Bapak Dudi Permana, Ph.D, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Muhamad, SE, MM selaku Sekprodi Manajemen Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Dra. Yanti Murni, MM. yang dengan sabarnya membimbing dan selalu support demi kelancaran skripsi.
6. Kedua orang tua tercinta Bapak Wawan Wahyudin dan Ibu Neng Sani, Kakak Serta Adik Kandung Mega Nurmayanti dan Heru Kurniawan yang telah memberikan semangat, doa, dukungan moral dan material kepada Peneliti serta perhatian yang tidak ternilai, dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan pelayanan dalam studi dan dalam pembuatan skripsi ini.
8. Seluruh teman-teman mahasiswa Universitas Mercu Buana jurusan Manajemen angkatan 2015 terima kasih atas segala dukungan dan doanya.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas segala bantuan, motivasi serta doanya.

Semoga Allah SWT memberikan Rahmat Hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi. Penulis mengharapkan semoga tulisan yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua

yang membaca dan sebagai wahana menambah wawasan pengetahuan serta pemikiran.

Jakarta, 29 Januari 2019

Heri Nugraha



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR GRAFIK	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	6
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	7
1. Tujuan Penelitian	7
2. Kontribusi Penelitian	7

BAB II KAJIAN TEORITIS, RERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Kajian Teoritis	9
1. Definisi Keputusan Pembelian	9
a. Dimensi Keputusan Pembelian	10

b. Indikator Keputusan Pembelian	11
2. Definisi Promosi (<i>Promotion</i>)	13
a. Pengertian Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>)	14
b. Dimensi Promosi	16
c. Indikator Promosi	17
3. Definisi Harga (<i>Price</i>)	17
a. Dimensi Harga	18
b. Indikator Harga	20
4. Definisi Lokasi (<i>Place</i>)	21
a. Dimensi Lokasi (Saluran Distribusi)	21
b. Indikator Lokasi	22
5. Penelitian Terdahulu	24
B. Rerangka Konseptual	27
C. Pengembangan Hipotesis	28

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	31
B. Desain Penelitian	31
C. Definisi dan Operasional Variabel	31
1. Definisi Variabel	31
2. Operasionalisasi Variabel	33
D. Pengukuran Variabel	34
E. Populasi dan Sampel Penelitian	34
1. Populasi Penelitian	34
2. Sampel Penelitian	35

F. Teknik Pengumpulan Data	35
G. Metode Analisis	36
1. Statistik Deskriptif	36
2. Uji Kualitas Data	37
a. Uji Validitas	37
b. Uji Reliabilitas	37
3. Uji Asumsi Klasik	38
a. Uji Normalitas	38
b. Uji Multikolinearitas	38
c. Uji Heteroskedastisitas	39
4. Uji Kesesuaian Model	40
a. Koefisien Determinasi (R^2)	40
b. Uji ANOVA (Uji F)	40
5. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	41
6. Uji Hipotesis (Uji t)	42

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	43
1. Tempat dan Waktu Penelitian	44
2. Karakteristik Profil Responden	44
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	44
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan	47
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif	47

C. Hasil Uji Kualitas Data	54
1. Hasil Uji Validitas	54
2. Hasil Uji Reliabilitas	58
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	59
1. Hasil Uji Normalitas	59
2. Hasil Uji Multikolinieritas	61
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	63
E. Hasil Uji Kesesuaian Model	64
1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	64
2. Uji ANOVA (Uji F)	65
F. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	66
G. Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	68
H. Pembahasan dan Hasil Penelitian	
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	74
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	80

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

No. Keterangan Halaman	Halaman
1.1 Tabel Data penjualan Kebab Turki Baba Rafi Ruko Metland Transyogi pada tahun 2016 – 2017	5
2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	24
3.1 Tabel Operasional Variabel Keputusan Pembelian	33
3.2 Tabel Operasional Variabel Promosi	33
3.3 Tabel Operasional Variabel Harga	33
3.4 Tabel Operasional Variabel Lokasi	33
4.1 Tabel Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	44
4.2 Tabel Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.3 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
4.4 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
4.5 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	48
4.6 Tabel Rekapitulasi Perhitungan Variabel Promosi	49

4.7 Tabel Rekapitulasi Perhitungan Variabel Harga	50
4.8 Tabel Rekapitulasi Perhitungan Variabel Lokasi	51
4.9 Tabel Rekapitulasi Perhitungan Variabel Keputusan Pembelian	53
4.10 Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	55
4.11 Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Harga	56
4.12 Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi	56
4.13 Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	57
4.14 Tabel Hasil Uji Reliabilitas	58
4.15 Tabel Hasil Uji Normalitas	59
4.16 Tabel Hasil Uji Multikolinieritas	62
4.17 Tabel Hasil Uji Koefisien determinasi (R^2)	64
4.18 Tabel Hasil Uji ANOVA (Uji F)	65
4.19 Tabel Hasil Uji Regresi Linier Berganda	66
4.20 Tabel Hasil Uji t	68

DAFTAR GAMBAR

No. Keterangan	Halaman
2.1 Rerangka Konseptual	28



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

DAFTAR GRAFIK

No. Keterangan	Halaman
4.1 Hasil Uji Normalitas.....	60
4.2 Hasil Uji Histogram	61
4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

No. Keterangan	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	80
Lampiran 2 Hasil Kuesioner Variabel Promosi	86
Lampiran 3 Hasil Kuisisioner Variabel Harga	87
Lampiran 4 Hasil Kuisisioner Variabel Lokasi	88
Lampiran 5 Hasil Kuisisioner Keputusan Pembelian	89
Lampiran 6 Hasil Uji Statistik Karakteristik Responden	91
Lampiran 7 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel	93
Lampiran 8 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	94
Lampiran 9 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	95
Lampiran 10 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi	96
Lampiran 11 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	97
Lampiran 12 Hasil Uji Reliabilitas	98
Lampiran 13 Hasil Uji Asumsi Klasik	99
Lampiran 14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	100
Lampiran 15 Hasil Uji Hipotesis	101
Lampiran 16 Hasil Uji ANOVA (Uji F)	101
Lampiran 17 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik T)	101