

PENGARUH LOKASI, PROMOSI, DAN KERAGAMAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI INDOMARET

(Studi pada Indomaret Rawa Buaya)

SKRIPSI



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Nama : Yusup Maulana
NIM : 43118010114

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022

**PENGARUH LOKASI, PROMOSI, DAN KERAGAMAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI INDOMARET
(Studi pada Indomaret Rawa Buaya)**

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

Jakarta



Nama : Yusup Maulana

NIM : 43118010114

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2022

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yusup Maulana
NIM : 43118010114
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH LOKASI, PROMOSI, DAN KERAGAMAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI INDOMARET
Tanggal Sidang : 30 Maret 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Yanto Ramli, M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA 04232295



Please Scan QRCode to Verify

SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yusup Maulana

NIM : 43118010114

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa proposal skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan proposal skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (Penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 3 Oktober 2022



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Yusup Maulana

NIM. 43118010114

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh lokasi, promosi, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian di Indomaret. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 185 responden, Metode pengumpulan data menggunakan Google Form, Metode analisis data menggunakan teknik PLS (*Partial Least Square*) melalui *software* statistic SmartPLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Lokasi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, Keragaman Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Indomaret.

Kata Kunci : Lokasi, Promosi, Keragaman produk, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Location, Promotion, and Product Diversity on purchasing decisions. The sample used is 185 respondent, Data collection method using Google Form, Data analysis method using PLS (Partial Least Square) technique through SmartPLS 3.0 statistical software. The results of this study show that Location has a positive but not significant effect on purchasing decisions, Promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions, Product Diversity has a positive and significant effect on purchasing decisions at Indomaret.

Keywords : Location, Promotion, Product Diversity, Purchasing decisions



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas berkah dan limpahan rahmat-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret”**. Proposal Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Andi Andriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si,AK., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D., selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Yanto Ramli, MM. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan ilmu dan nasihat - nasihat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya proposal skripsi ini.

5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Kedua Orang Tua yang sangat penulis cintai dan sayangi yang juga telah membesarkan dan mendidik serta memberi dukungan dan doa yang tiada hentinya kepada penulis.
7. Relawan dan sahabat tersayang yang tidak bisa disebutkan satu-persatu selalu

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran, dan masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga proposal skripsi ini bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan peneliti selanjutnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam proposal skripsi ini.

Terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 31 Juli 2021

Yusup Maulana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Kontribusi Penelitian.....	12
BAB II	14
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
A. Kajian Pustaka	14
1. Manajemen Pemasaran	14
2. Keputusan Pembelian.....	15
3. Lokasi.....	21
4. Promosi	23
5. Keragaman Produk.....	26
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Hubungan Antar Variabel	33
1. Hubungan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian	33
2. Hubungan Promosi terhadap Keputusan Pembelian	33
3. Hubungan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian	34
4. Kerangka Konseptual.....	34
D. Pengembangan Hipotesis	35

BAB III.....	36
METODE PENELITIAN.....	36
A. Waktu dan Tempat Penelitian	36
B. Desain Penelitian	36
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	36
1. Definisi Variabel.....	36
2. Operasional Variabel.....	37
D. Pengukuran Variabel.....	40
E. Populasi dan Sampel Penelitian	41
F. Teknik Pengumpulan Data.....	42
G. Metode Analisis Data.....	42
1. Analisa Partial Least Square.....	43
2. Langkah-langkah Pengujian Analisis PLS.....	43
3. Model Struktural atau Uji Hipotesis (Inner Model).....	45
BAB IV.....	47
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
B. Hasil Analisis Statistik Deskriptif	48
C. Metode Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	57
D. Pembahasan Hasil Penelitian	80
1. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian.....	80
2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	80
3. Pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	81
BAB V.....	82
KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
A. Simpulan	82
B. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Nilai Penjualan Ritel di Beberapa Negara Asia Tahun 2017	2
Gambar 1. 2 Jumlah Gerai Alfamart, Alfamidi dan Indomaret (Jan-Jun 2018).....	4
Gambar 1. 3 Gerai Alfamart dan Indomaret 2018	5
Gambar 1. 4 Gerai Alfamart 2020	6
Gambar 1. 5 Gerai Indomaret 2020	7
Gambar 1. 6 Jarak Antar Alfamart dan Indomaret 2020.....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS (Sebelum Modifikasi).....	59
Gambar 4. 2 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi).....	62
Gambar 4. 3 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi 2).....	65
Gambar 4. 4 Hasil Uji Bootstrapping.....	79



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel Jumlah Alfamart dan Indomaret di Kota Jakarta Barat Tahun 2018	4
Tabel 1. 2 Hasil Pra Survei	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	37
Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert.....	41
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	48
Tabel 4. 2 Usia Responden	49
Tabel 4. 3 Profesi Responden	50
Tabel 4. 4 Penghasilan Per Bulan Responden.....	51
Tabel 4. 5 Deskriptif Jawaban Responden Variabel Lokasi	52
Tabel 4. 6 Deskriptif Jawaban Responden Variabel Promosi.....	53
Tabel 4. 7 Deskriptif Jawaban Responden Variabel Keragaman Produk	54
Tabel 4. 8 Deskriptif Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	56
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Sebelum Modifikasi).....	60
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	63
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi 2	66
Tabel 4. 12 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) (Sebelum Modifikasi).....	67
Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) (Setelah Modifikasi 1).....	68
Tabel 4. 14 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) (Setelah Modifikasi 2).....	68
Tabel 4. 15 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loading</i>)	69
Tabel 4. 16 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Fornell Larcker Criterion</i>)	72
Tabel 4. 17 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	73
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronabch's Alpha</i>	74
Tabel 4. 19 Hasil Uji Nilai R-Square (R^2)	75
Tabel 4. 20 Hasil Pengujian Hipotesis	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pra Survey	88
Lampiran 2 : Kuesioner	90
Lampiran 3 : Hasil Karakteristik Responden.....	97
Lampiran 4: Karakteristik Jawaban Responden.....	99
Lampiran 5: Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outher Model</i>).....	104
Lampiran 6 : Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	115

