

**PENGARUH PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO THRSHOP
DI DESA MANGUNJAYA**

SKRIPSI

**OLEH :
ARUM NOVITASARI
201710325301**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Lokasi Terhadap
Keputusan Pembelian Pada Toko THRshop di
Desa Mangunjaya

Nama Mahasiswa : Arum Novitasari

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325301

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 07 Juli 2021



A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Neng Siti Komariah', is written over the watermark.

Neng Siti Komariah, S.E., M.M

NIDN: 0327128105

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko THRshop di Desa Mangunjaya

Nama Mahasiswa : Arum Novitasari

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325301

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 07 juli 2021

Jakarta, 08 Juli 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M

NIDN: 0325057908

Anggota Penguji I : Neng Siti Komariah, S.E., M.M

NIDN: 0327128105

Anggota Penguji II : Christophorus Indra Wahyu Putra, M.Si

NIDN: 0331086601

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

Dr. Hadita, S.Pd., M.M

NIDN: 0329048302

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP

NIDN: 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko THRshop di Desa Mangunjaya”**

Ini merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dengan karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digunakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikan melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 7 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



Arum Novitasari

201710325301

ABSTRAK

Arum Novitasari.201710325301. Pengaruh Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko THRshop di Desa Mangunjaya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat Pengaruh Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko THRshop di Desa Mangunjaya. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik sampling dengan menggunakan *Non-Probability Sampling* dengan menggunakan teknik Accidental Sampling. Metode analisis yang dipergunakan adalah metode Regresi Linear Berganda. Hasil dari Penelitian ini menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, variable Promosi secara Parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan Lokasi secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

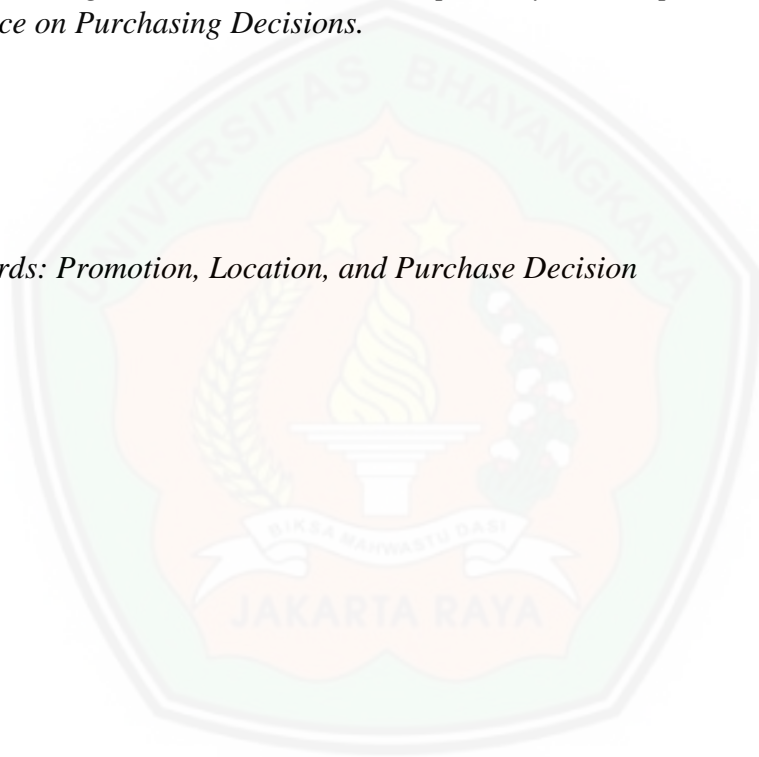
Kata Kunci : Promosi, Lokasi, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Arum Novitasari. 201710325301. The Effect of Promotion and Location on Purchasing Decisions at the THRshop Store in Mangunjaya Village.

This study aims to determine whether there is an effect of promotion and location on purchasing decisions at the THRshop shop in Mangunjaya village. This type of research is quantitative. The population in this study amounted to 100 respondents. The sampling technique uses Non-Probability Sampling using the Accidental Sampling technique. The analytical method used is the Multiple Linear Regression method. The results of this study indicate a positive and significant influence on Purchasing Decisions. Promotion variables partially have a significant influence on Purchasing Decisions and Location partially have a positive and significant influence on Purchasing Decisions.

Keywords: Promotion, Location, and Purchase Decision



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga skripsi dengan judul **“Pengaruh Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko THRshop di Desa Mangunjaya”** ini dapat diselesaikan sesuai jadwal. skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Program Sarjana Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis telah berusaha dengan segala kemampuan yang ada agar tidak menyimpang dari ketentuan dan syarat yang telah ditetapkan guna memenuhi tuntutan ilmiah, namun demikian sebagai manusia yang mempunyai keterbatasan, penulis menyadari bahwa apa yang penulis uraikan dalam skripsi ini masih banyak kekurangan dan ketidaksempurnaan, untuk itu penulis dengan lapang hati dan dengan tangan terbuka menerima segala bentuk kritikan dan saran yang bersifat konstruktif dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Selain itu penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini juga tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, arahan dan saran dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, dari hati yang paling dalam penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Irjen. Pol (Purn) Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP. Selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Ibu Dr. Hadita, S.Pd., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA. Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan arahan
5. Ibu Neng Siti Komariah, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing peneliti yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan Tugas Akhir

6. Orang tua penulis dan anggota keluarga penulis yang telah memberi doa, dorongan, bantuan dukungan material serta moral demi terselesaikannya Tugas Akhir/Skripsi ini.
7. Luthfi Ari Prayoga sebagai partner yang telah memberi semangat penulis dalam pembuatan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
8. Teman teman khususnya Cynthia, Regina, Bene, Tasya maupun teman-teman lain yang tidak dapat di sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan kepada penulis.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan membawa faedah bagi kita semua, aamiin.

Bekasi, 14 Juli 2021

Penulis,

Arum Novitasari



DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|-------------|
| LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| LEMBAR PERNYATAAN | iv |
| ABSTRAK | v |
| ABSTRACT | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 4 |
| 1.3 Tujuan penelitian | 4 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 4 |
| 1.5 Batasan Masalah..... | 5 |
| 1.6 Sistematika Penulisan..... | 5 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 6 |
| 2.1 Landasan Teori | 6 |
| 2.1.1 Promosi..... | 6 |
| 2.1.2 Tujuan Promosi..... | 7 |
| 2.1.3 Manfaat promosi | 7 |
| 2.1.4 Indikator Promosi | 7 |
| 2.2 Lokasi | 8 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 2.2.1 | Pengertian Lokasi | 8 |
| 2.2.3 | Indikator Lokasi | 9 |
| 2.3 | Keputusan Pembelian | 10 |
| 2.3.1 | Pengertian keputusan pembelian | 10 |
| 2.3.2 | Tahapan pengambilan keputusan | 10 |
| 2.3.3 | Proses Pengambilan Keputusan | 12 |
| 2.3.4 | Indikator Keputusan Pembelian | 13 |
| 2.4 | Penelitian Terdahulu | 13 |
| 2.5 | Kerangka Pemikiran | 22 |
| 2.6 | Hipotesis Penelitian | 22 |
| 2.6.1 | Pengaruh Promosi dengan Keputusan Pembelian | 22 |
| 2.6.2 | Pengaruh Lokasi dengan Keputusan Pembelian | 23 |
| 2.6.3 | Pengaruh Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian | 23 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | | 25 |
| 3.1 | Desain Penelitian | 25 |
| 3.2 | Tahapan Penelitian | 25 |
| 3.3 | Model konseptual Penelitian | 26 |
| 3.4 | Operasional Penelitian | 28 |
| 3.5 | Waktu dan Tempat Penelitian | 30 |
| 3.6 | Jenis dan Sumber Data | 30 |
| 3.7 | Metode Pengambilan Sampel | 31 |
| 3.7.1 | Populasi | 31 |
| 3.7.2 | Sampel | 31 |
| 3.8 | Metode Pengumpulan Data | 33 |
| 3.8.1 | Uji Validitas | 33 |
| 3.8.2 | Uji Reliabilitas | 34 |

| | |
|--|-----------|
| 3.8.3 Uji Asumsi Klasik..... | 34 |
| 3.8.4 Uji Analisis Regresi Linier Berganda..... | 35 |
| 3.8.5 Uji Hipotesis | 35 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 37 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 37 |
| 4.1.1 Sejarah Perusahaan | 37 |
| 4.1.2 Logo Perusahaan..... | 37 |
| 4.1.3 Visi-Misi Toko THRshop | 38 |
| 4.2 Hasil Penelitian..... | 38 |
| 4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner..... | 38 |
| 4.2.2 Identitas Responden..... | 39 |
| 4.3 Uji Kualitas Data | 43 |
| 4.3.1 Uji Validitas..... | 43 |
| 4.3.2 Uji Reliabilitas | 45 |
| 4.4 Uji Asumsi Klasik | 46 |
| 4.4.1 Uji Normalitas..... | 46 |
| 4.4.2 Uji Multikolinieritas | 47 |
| 4.4.3 Uji Heteroskedastisitas | 48 |
| 4.5 Analisis Regresi Linear Berganda..... | 48 |
| 4.6 Uji Hipotesis..... | 50 |
| 4.6.1 Uji F (Uji Simultan)..... | 50 |
| 4.6.2 Uji T (Uji Parsial) | 51 |
| 4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... | 51 |
| 4.7 Pembahasan Hasil Penelitian..... | 52 |

| | |
|----------------------------------|-----------|
| BAB V PENUTUP | 57 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 57 |
| 5.2 Implikasi Manajerial..... | 58 |
| DAFTAR PUSTAKA | 59 |
| LAMPIRAN | 62 |



DAFTAR TABEL

Halaman

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Data Penjualan THRshop bulan September 2020 – Januari 2021 | 3 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 13 |
| Tabel 3.1 Operasional Variabel | 28 |
| Tabel 3.2 Skala Likert | 33 |
| Tabel 4.1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner | 39 |
| Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 39 |
| Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia | 40 |
| Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan | 41 |
| Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan | 42 |
| Tabel 4.6 Uji Validitas Promosi (X1) | 44 |
| Tabel 4.7 Uji Validitas Lokasi (X2) | 44 |
| Tabel 4.8 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) | 45 |
| Tabel 4.9 Uji Realibilitas | 45 |
| Tabel 4.10 Uji Normalitas | 46 |
| Tabel 4.11 Uji Multikolineritas | 47 |
| Tabel 4.12 Analisis Regresi Linear Berganda | 49 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji F | 50 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji T | 51 |
| Tabel 4.15 Uji Koefisien Determinasi (R^2) | 52 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|---------|
| Gambar 2.1 Tahapan Pengambilan Keputusan | 10 |
| Gambar 2.2 Kerangka Berfikir | 22 |
| Gambar 3.1 Model Konseptual | 27 |
| Gambar 4.1 Logo THRshop | 37 |
| Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 40 |
| Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Usia | 41 |
| Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 42 |
| Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan | 43 |
| Gambar 4.6 Uji Normalitas | 47 |
| Gambar 4.7 Uji Heteroskedastisitas | 48 |

DAFTAR LAMPIRAN

1. Permohonan Riset
2. Uji Plagiarisme
3. Uji Referensi
4. Kuesioner Penelitian
5. Buku Bimbingan
6. Dokumentasi Foto Konsumen THRshop
7. Tabulasi Data Penelitian
8. Uji Validitas dan Reabilitas
9. Uji Asumsi Klasik
10. Uji Hipotesis
11. Tabel T
12. Tabel F
13. Tabel R
14. Daftar Riwayat Hidup