

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MAINAN ANAK *LATO-LATO* PADA TOKO
GUDANG.MAINAN.ID**

SKRIPSI

Oleh :

Fery Setiawan

201810325261



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

2023

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap
Keputusan Pembelian Mainan Anak Lato-lato Pada
Toko Gudang.Mainan.id

Nama Mahasiswa : Fery Setiawan

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325261

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : Rabu, 12 Juli 2023

Jakarta, 21 Juli 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing I



Matdio Siahaan, S.E., M.M

NIDN : 0413047002

Pembimbing II



Wirawan Widjanarko, S.E., Ak., MM.,

MBA., CMA

NIDN : 0322086605

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Mainan Anak Lato-lato Pada Toko Gudang.Mainan.id
Nama Mahasiswa : Fery Setiawan
Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325261
Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : Rabu, 12 Juli 2023

Jakarta, 21 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Tutiék Yoganingsih, S.E., M.Si.
NIDN. 0302016002



Sekretaris Tim Penguji : Dody Kurniawan, S.E., M.M.
NIDN. 0319087903



Penguji : Matdio Siahaan, S.E., M.M.
NIDN. 0413047002



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Hadita, S.Pd., M.M.
NIDN : 0329048302



Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA.
NIDN : 0310036407

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul Pengaruh Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Mainan Anak Lato-lato Pada Toko Gudang.Mainan.id.

Penelitian adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang dimana sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dan saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 21 Juli 2023

Yang membuat pernyataan



Fery Setiawan

NPM : 201810325261

ABSTRAK

Pengaruh harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian mainan anak Lato-lato pada toko Gudang.Mainan.Id.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengukur pengaruh harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian mainan anak lato-lato pada toko Gudang.Mainan.Id. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana objek yang digunakan merupakan pelanggan Gudang.Mainan.Id yang membeli mainan jenis Lato-Lato. Data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data primer. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan Teknik *purposive sampling*. Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam ini adalah 80 responden. Metode analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini ialah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan aplikasi SmartPLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan lokasi pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Tetapi, variabel promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada objek penelitian yang hanya dilakukan pada pelanggan toko Gudang.Mainan.id. hal ini dapat menjadi saran untuk peneliti selanjutnya. Kebaruan dalam penelitian ini yaitu menggabungkan variabel harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada satu model penelitian yang dilakukan pada pelanggan toko Gudang.Mainan.id.

Kata kunci (*sentence case*): Harga, Promosi, Lokasi, Keputusan Pembelian, Gudang.Mainan.Id.

ABSTRACT

The influence of price, promotion and location on the purchase decision of Lato-lato children's toys at Gudang.Mainan.Id stores.

The purpose of this study was to measure the influence of price, promotion and location on the purchase decision of lato-lato children's toys at Gudang.Mainan.Id store. This research is a quantitative research where the object used is a Gudang.Mainan.Id customer who buys Lato-Lato type toys. The data used in this study is primary data. The sampling method in this study uses non-probability sampling with purposive sampling techniques. The number of samples used in this was 80 respondents. The data analysis method used to test the hypothesis in this study is Structural Equation Modeling (SEM) with the SmartPLS 3.0 application. The results of this study show that price and location of services have a positive and significant effect on purchasing decisions. However, promotional variables have a positive and insignificant effect on purchasing decisions. This research has limitations on the object of research which is only carried out on customers of Gudang.Mainan.id store. This can be a suggestion for future researchers. The novelty in this study is combining price, promotion and location variables on purchasing decisions in one research model conducted on Gudang.Mainan.id store customers.

Keywords: Price, Promotion, Location, Purchase Decision, Gudang.Mainan.Id.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Melalui skripsi ini penulis meneliti bagaimana Pengaruh Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Mainan Anak Lato-Lato Pada Toko Gudang.Mainan.Id. skripsi ini disusun sebagai syarat dalam mendapatkan gelar sarjana (S1) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dalam Menyusun skripsi ini penulis tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan ,do'a serta dukungan yang begitu berarti. Penulis dengan segala hormat serta kerendahan hati, perkenankanlah untuk mengucapkan terima kasih kepada:

1. Irjen Pol. (Purn) Prof. Dr. Bambang Karsono, S.H., M.M, selaku rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
 2. Ibu Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA selaku dekan fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
 3. Ibu Dr. Hadita, S.P.d., M.M selaku ketua program studi manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
 4. Bapak Dr. Yayan Hendayana, SE., M.M. selaku dosen pembimbing akademik peneliti.
 5. Bapak Matdio Siahaan, S.E., M.M selaku dosen pembimbing I dan bapak Wirawan Widjanarko,S.E., Ak., M.M., MBA., CMA selaku dosen pembimbing II yang selalu memberi bimbingan, dukungan, serta ilmu dalam menyelesaikan skripsi.
 6. Seluruh dosen serta jajaran staf Fakultas ekonomi dan bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berguna dan berharga bagi saya selama menjalani masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
 7. Kedua orang tua, Ayah Sartono dan Ibu Irma yang selalu memberikan dukungan baik dalam doa, motivasi maupun materi selama proses penyusunan skripsi.
 8. Galih Wahyu Anggito, Hilmi Heri Ramadhan serta teman-teman selama kuliah yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang turut memberikan semangat, dukungan dan bantuan selama perkuliahan.
 9. Seluruh responden pelanggan toko Gudang.Mainan.Id yang sudah meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam mengumpulkan data.
- Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan-kekurangan, maka dengan segala kerendahan hati penulis menerima saran dan kritik pembaca.

Bekasi, 27 Juni 2023
Penulis

Fery Setiawan

NPM: 201810325261

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Tugas Akhir	6
BAB II.....	7
TELAAH PUSTAKA	7
2.1 Telaah Teoritis	7
2.1.1 Strategi Penentuan Harga	7
2.1.2 Strategi Promosi	8
2.1.3 Strategi Penentuan Lokasi	9
2.2 Telaah Empiris	11
2.2 Perbedaan dengan penelitian sebelumnya.....	14
2.3 Kerangka Berpikir	15
2.3.1. Faktor Keputusan Pembelian.....	15
2.3.2. Variabel Harga.....	15
2.3.3. Variabel Promosi	16
2.3.4. Variabel Lokasi.....	16
2.4 Hipotesis	16
BAB III.....	19
METODE PENELITIAN	19
3.1 Desain Penelitian.....	19
3.2 Tahapan penelitian	19
3.2.1 Tahapan Perencanaan.....	19
3.2.2 Tahapan Pelaksanaan	19

3.2.3 Tahapan Penulisan	20
3.3 Model Konseptual Penelitian	20
3.4 Variabel Penelitian	21
3.5 Definisi Operasional	21
3.6. Pengukuran Variabel Penelitian	22
3.6.1. Harga.....	22
3.6.2. Promosi	23
3.6.3. Lokasi.....	23
3.6.4. Keputusan Pembelian.....	24
3.7. Waktu dan Tempat Penelitian	25
3.8. Metode Pengambilan Populasi dan Sampel.	25
3.8.1. Populasi.....	25
3.8.2. Sampel.....	25
3.8.3. Teknik Pengumpulan Data	26
3.8.4. Jenis dan sumber data	27
3.8.5 Metode Analisis Data.....	27
3.8.6. Evaluasi pengujian <i>outer model</i> (model pengukuran)	28
3.8.7. Analisis pengujian inner model (model struktural).....	28
3.8.8. Uji Hipotesis.....	29
BAB IV	30
HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Gambaran Umum Mainan Anak di Indonesia	30
4.2 Deskripsi Data.....	32
4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	33
4.2.2 Identitas Responden.....	34
4.3 Hasil Analisis Data.....	38
4.3.1 Hasil analisis outer model (model pengukuran)	38
4.3.2 <i>Convergent validity</i>	39
4.3.3 <i>Discriminant Validity</i>	41
4.3.4 <i>Average Variant Extracted (AVE)</i>	43
4.3.5 <i>Composite Reliability</i>	44
4.3.6 <i>Cronbach Alpha</i>	44
4.3.7 Hasil Analisis <i>Inner Model</i> (Model Struktural).....	45
4.3.2.1 <i>R-square (R²)</i>	46
4.3.2.2 <i>Q-square Predictive Relevance</i>	46
4.3.2.3 <i>F-square</i>	46

4.3.3 Hasil Analisis Pengujian Hipotesis	47
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	49
4.4.1 Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian mainan anak lato-lato pada toko Gudang.mainan.id	49
4.4.2 Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian mainan anak lato-lato pada toko Gudang.mainan.id.....	49
4.4.3 Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian mainan anak lato-lato pada toko Gudang.mainan.id.....	49
BAB V.....	51
PENUTUP	51
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Implikasi Manajerial.....	51
Daftar Pustaka.....	52



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	15
Gambar 3. 1 Model Konseptual.....	20
Gambar 3. 2 Rumus Slovin	25
Gambar 4. 1. Denah Lokasi Toko.....	30
Gambar 4. 2 Outer model SmartPLS 3.0	33
Gambar 4. 3 Diagram responden berdasarkan usia	34
Gambar 4. 4 Diagram responden berdasarkan jenis kelamin	35
Gambar 4. 5 Diagram responden berdasarkan pekerjaan.....	36
Gambar 4. 6 Diagram responden berdasarkan jenis kelamin	37
Gambar 4. 7 Diagram responden berdasarkan lama berkunjung	38
Gambar 4. 8 Outer model penelitian	39
Gambar 4. 9 Inner model.....	45

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Total Penjualan Lato-lato Pada Toko Gudang.Mainan.id	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 2. 2 Perbedaan dengan penelitian sebelumnya	14
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	21
Tabel 3. 2 Pernyataan Harga	22
Tabel 3. 3 Pernyataan Promosi.....	23
Tabel 3. 4 Pernyataan Lokasi	23
Tabel 3. 5 Pernyataan Keputusan Pembelian	24
Tabel 3. 6 Skala Likert.....	27
Tabel 3. 7 Kriteria Penilaian Model Pengukuran	28
Tabel 3. 8 Kriteria Penilaian Model Struktural	28
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	34
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	35
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	35
Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan jenis lato-lato yang pernah dibeli	36
Tabel 4. 5 Karakteristik responden berdasarkan sudah berapa lama menjadi pelanggan toko Gudang.Mainan.id	37
Tabel 4. 6 Hasil outer loading variabel harga	40
Tabel 4. 7 Hasil outer loading variabel promosi	40
Tabel 4. 8 Hasil outer loading variabel lokasi	41
Tabel 4. 9 Hasil outer loading variabel keputusan pembelian	41
Tabel 4. 10 Hasil cross loading variabel harga.....	42
Tabel 4. 11 Hasil cross loading variabel promosi	42
Tabel 4. 12 Hasil cross loading variabel lokasi.....	42
Tabel 4. 13 Hasil cross loading variabel keputusan pembelian	43
Tabel 4. 14 Hasil Average Variance Extracted (AVE).....	43
Tabel 4. 15 Hasil composite reliability	44
Tabel 4. 16 Hasil Cronbach alpha	44
Tabel 4. 17 Nilai R-square.....	46
Tabel 4. 18 Nilai F-square variabel harga	47
Tabel 4. 19 Nilai F-square variabel promosi	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	15
Gambar 3. 1 Model Konseptual.....	20
Gambar 3. 2 Rumus Slovin	25
Gambar 4. 1. Denah Lokasi Toko.....	30
Gambar 4. 2 Outer model SmartPLS 3.0	33
Gambar 4. 3 Diagram responden berdasarkan usia	34
Gambar 4. 4 Diagram responden berdasarkan jenis kelamin	35
Gambar 4. 5 Diagram responden berdasarkan pekerjaan.....	36
Gambar 4. 6 Diagram responden berdasarkan jenis kelamin	37
Gambar 4. 7 Diagram responden berdasarkan lama berkunjung	38
Gambar 4. 8 Outer model penelitian	39
Gambar 4. 9 Inner model.....	45

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Total Penjualan Lato-lato Pada Toko Gudang.Mainan.id	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 2. 2 Perbedaan dengan penelitian sebelumnya	14
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	21
Tabel 3. 2 Pernyataan Harga	22
Tabel 3. 3 Pernyataan Promosi.....	23
Tabel 3. 4 Pernyataan Lokasi	23
Tabel 3. 5 Pernyataan Keputusan Pembelian	24
Tabel 3. 6 Skala Likert.....	27
Tabel 3. 7 Kriteria Penilaian Model Pengukuran	28
Tabel 3. 8 Kriteria Penilaian Model Struktural	28
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	34
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	35
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	35
Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan jenis lato-lato yang pernah dibeli	36
Tabel 4. 5 Karakteristik responden berdasarkan sudah berapa lama menjadi pelanggan toko Gudang.Mainan.id	37
Tabel 4. 6 Hasil outer loading variabel harga	40
Tabel 4. 7 Hasil outer loading variabel promosi	40
Tabel 4. 8 Hasil outer loading variabel lokasi	41
Tabel 4. 9 Hasil outer loading variabel keputusan pembelian	41
Tabel 4. 10 Hasil cross loading variabel harga.....	42
Tabel 4. 11 Hasil cross loading variabel promosi	42
Tabel 4. 12 Hasil cross loading variabel lokasi.....	42
Tabel 4. 13 Hasil cross loading variabel keputusan pembelian	43
Tabel 4. 14 Hasil Average Variance Extracted (AVE).....	43
Tabel 4. 15 Hasil composite reliability	44
Tabel 4. 16 Hasil Cronbach alpha	44
Tabel 4. 17 Nilai R-square.....	46
Tabel 4. 18 Nilai F-square variabel harga	47
Tabel 4. 19 Nilai F-square variabel promosi	47