

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN TEMPAT
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO
TEKNO SPORT DI BUMI SANI KABUPATEN BEKASI**

SKRIPSI

Oleh:

Yudha Dwi Firmansyah

201810325391



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Promosi Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Tekno Sport Di Bumi Sani Kabupaten Bekasi

Nama Mahasiswa : Yudha Dwi Firmansyah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325391

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian : 15 Juli 2022

Jakarta, 20 Juli 2022

Menyetujui
Pembimbing



Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, S.T., M.M

NIDN : 0329017202

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Promosi Dan Tempat Terhadap
Keputusan Pembelian Pada Toko Tekno Sport Di
Bumi Sani Kabupaten Bekasi.
Nama Mahasiswa : Yudha Dwi Firmansyah
Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325391
Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juli 2022

Jakarta, 20 Juli 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM., CMA., MPM
NIDN : 0012016601

Penguji I : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA
NIDN : 0309048102

Penguji II : Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, ST., MM
NIDN : 0329017202

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis


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


Dr. Istianingsih, SE., M.S. Ak.
NIDN : 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul

Pengaruh Harga, Promosi Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Tekno Sport Di Bumi Sani Kabupaten Bekasi merupakan hasil karya saya 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 di kemudian hari di temukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini untuk dipijamkan dan di gunakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

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, 20 Juni 2022

Yang Membuat Pernyataan,



Yudha Dwi Firmansyah

NPM : 201810325391

ABSTRAK

Yudha Dwi Firmansyah. 201810325391. Pengaruh Harga, Promosi Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Tekno Sport Di Bumi Sani Kabupaten Bekasi.

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui secara simultan dan parsial dari variabel bebas yaitu Harga, Promosi dan Tempat, variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian. Penelitian ini dilakukan di wilayah Kabupaten Bekasi yaitu konsumen yang menggunakan produk toko tekno sport. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan atau yang pernah membeli produk toko tekno sport di wilayah kabupaten bekasi yang berjumlah tidak diketahui dengan sampel 203 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Partial Least Square (PLS) dan Uji Hipotesis. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program software SmartPLS 3.0. Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa dalam uji hipotesis variabel Harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan. Variabel Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Lalu ada variabel Tempat berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan. Berdasarkan hasil perhitungan menunjukan bahwa harga, promosi dan tempat berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Harga, Promosi, Tempat, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Yudha Dwi Firmansyah. 201810325391. The Influence of Price, Promotion and

Place on Purchase Decisions at Tekno Sport Stores in Bumi Sani, Bekasi Regency.

This research aims to determine simultaneously and partially the independent variables namely Price, Promotion and Place, the dependent variable is Purchase Decision. This research was conducted in the Bekasi Regency area, namely consumers who use tekno sport shop products. The population in this study are consumers who use or who have purchased tekno sport shop products in the Bekasi Regency area, the number of which is unknown with a sample of 203 respondents. The data analysis technique in this study used Partial Least Square (PLS) and Hypothesis Testing. Data processing in this study using the SmartPLS 3.0 software program. Based on the results of the study, it shows that in the hypothesis test the price variable has no effect and is not significant. Promotion variable has a significant effect on purchasing decisions. Then there is the Place variable which has a significant effect on purchasing decisions. Based on the calculation results show that price, promotion and place have a positive effect on purchasing decisions.

Keywords: Price, Promotion and Place

KATA PENGANTAR

Dengan rahmat Allah SWT serta puji dan bersyukur kepada-Nya, atas rahmat dan kurnia-Nya sehingga dapat menyelesaikan proposal skripsi dan penulisan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh harga, promosi dan tempat terhadap keputusan pembelian pada toko tekno sport di bumi sani kabupaten bekasi”.

Laporan skripsi ini disusun sebagai syarat untuk mencapai gelar setara sarjana muda ekonomi, Jurusan Manajemen Jenjang S1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari bahwa dalam mengerjakan laporan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya do'a dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH., MM. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi.
2. Bapak Dr. H. Syahrir Kuba. S.Sos S.IK., M.M., M.H. Selaku wakil Rektor III Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi.
3. Ibu Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, CA, CSRA, CMA, CACP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi.
4. Ibu Dr. Hadita, S.Pd., MM. Selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi.
5. Bapak Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, ST., MM selaku Dosen Pembimbing peneliti yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan Tugas Akhir.
6. Ibu Neng Siti Komariah, SE, MM. Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa membimbing serta memberi dukungan kepada penulis sehingga skripsi ini selesai tepat pada waktunya.

Jakarta, 20 Juni 2022

Penulis

Yudha Dwi Firmansyah

NPM : 201810325391

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat penelitian.....	5
1.5 Batasan masalah	6
1.6 Sistematika penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Pengertian pemasaran.....	8
2.2 Manajemen pemasaran	9
2.3 Pengertian Bauran pemasaran	10
2.4 Konsep promosi.....	11
2.5 Konsep harga.....	16
2.6 Konsep Tempat.....	20
2.7 Konsep keputusan pembelian	22
2.9 Kerangka Pemikiran	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Jenis penelitian	33
3.2 Lokasi dan waktu penelitian.....	33

3.3	Model konseptual	33
3.4	Definisi operasional variabel dan pengukuran	36
3.5	Populasi dan Sampel	43
3.5.1	Populasi	43
3.5.2	Sampel	43
3.5.3	Metode pengumpulan data	44
3.6	Metode analisis data	46
3.6.1	Teknik Analisis Data	46
3.6.2	Evaluasi outer model (model pengukuran)	47
3.6.3	Model Struktural (Inner Model)	48
BAB IV	ANALISIS DATA	50
4.1	Profil Toko	50
4.2	Hasil analisis	50
4.2.1	Penyebaran dan pengumpulan kuesioner	50
4.3	Hasil Analisis Data	52
4.3.1	Skema Model Partial Least Square	52
4.3.2	Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)	53
4.3.3	Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	58
4.3.4	Pengujian Hipotesis	62
4.4	Pembahasan	63
BAB V	KESIMPULAN	65
5.1	Kesimpulan	65
1.	Pengaruh Harga Berpengaruh Negatif dan Tidak Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian	65
2.	Pengaruh Promosi Berpengaruh Positif dan signifikan Terhadap Keputusan Pembelian	65
3.	Pengaruh Tempat Berpengaruh Positif dan signifikan Terhadap Keputusan Pembelian	65
5.2	Implikasi Manajerial	66
	DAFTAR PUSTAKA	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 toko tekno sport.....	50
Gambar 4. 2 Outer Model	53
Gambar 4. 3 Inner model	59



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan harga dengan toko lain	2
Tabel 1. 2 Hasil wawancara konsumen.....	14
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	38
Tabel 3. 2 Skala likert	45
Tabel 4. 1 Hasil Penyebaran dan Hasil Kuesioner	51
Tabel 4. 2 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin	51
Tabel 4. 3 Karakteristik berdasarkan usia	52
Tabel 4. 4 Hasil Outer Model (Loading Factor)	54
Tabel 4. 5 Hasil Average Variance Extracted (AVE)	56
Tabel 4. 6 Hasil Cross Loading	56
Tabel 4. 7 Hasil Composite Realibility & Cronbach Alpha.....	58
Tabel 4. 8 Hasil R-Square	60
Tabel 4. 9 Hasil Q square Predictive Relevance	60
Tabel 4. 10 Hasil Psth Coeficient (Koefisien Jalur)	61