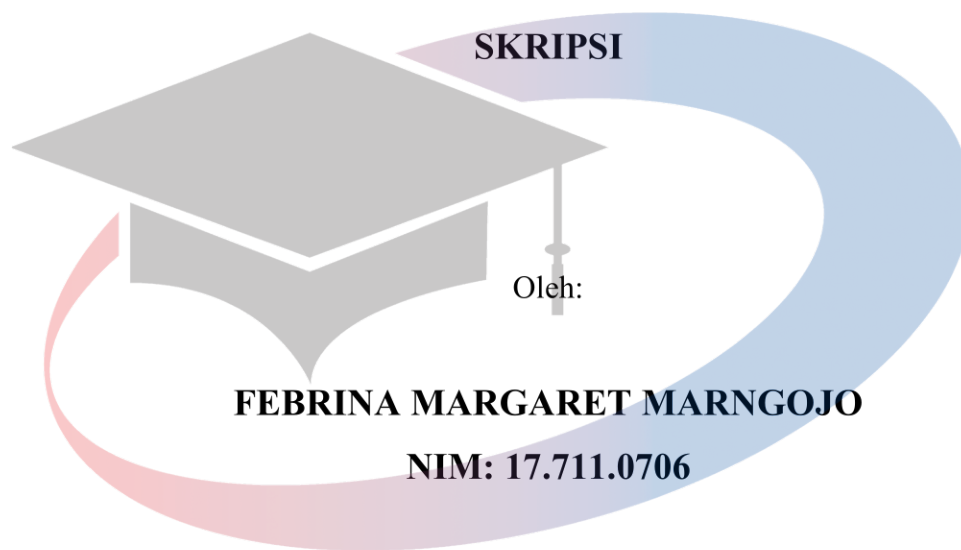


**PENGARUH HARGA, PROMOSI, LOKASI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA KONSUMEN LOTTE MART MEDAN**



**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
MIKROSKIL
MEDAN
2021**

**THE INFLUENCE OF PRICE, PROMOTION, LOCATION AND
QUALITY SERVICE ON BUYING DECISION TO
LOTTE MART MEDAN CONSUMERS**

FINAL RESEARCH

By:

FEBRINA MARGARET MARNGOJO

Student Number: 17.711.0706

UNIVERSITAS
MIKROSKIL



**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
MIKROSKIL
MEDAN
2021**

LEMBARAN PENGESAHAN

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, LOKASI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA KONSUMEN LOTTE MART MEDAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Manajemen

Oleh:

FEBRINA MARGARET MARNGOJO

NIM: 17.711.0706

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I,

**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**

(Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M.)

Medan, 09 Agustus 2021

Diketahui Oleh dan Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi
Manajemen,

(Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen STIE-Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut:

Nama : Febrina Margaret Marngojo
NIM : 17.711.0706
Peminatan : Manajemen Bisnis

Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Lotte Mart Medan
Tempat Penelitian : Lotte Mart Medan
Alamat Tempat Penelitian : Medan Mall Center Point Lower Ground Jl. Jawa No. 1, Kota Medan, Sumatera Utara
No. Telepon Tempat Penelitian : (061) 8050 1303

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar.** Bila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh STIE Mikroskil Medan, yakni **Pencabutan ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada STIE Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, STIE Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel, dan buku.

Medan, 23 Juli 2021

Saya yang membuat pernyataan,



Febrina Margaret Marngojo

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Lotte Mart Medan, baik secara simultan maupun parsial. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Secara simultan, Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Secara parsial, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil koefisien determinasi adalah sebesar 0,476. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan mempengaruhi variabel keputusan pembelian sebesar 47,6%. Sementara sisanya 52,4% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Harga, Promosi, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian*



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of price, promotion, location, and service quality on buying decisions for Lotte Mart Medan consumers, either simultaneously or partially. Sampling technique used the accidental sampling method with a total sample of 96 respondents. The method of data analysis used multiple linear regression analysis. Simultaneously, Price, Promotion, Location, and Service Quality affect the Buying Decision. Partially, price, promotion and, service quality have a significant effect on buying decisions. While the location does not have a significant effect on the buying Decision. The result of the coefficient of determination is 0.476. This shows that the variables of price, promotion, location, and service quality affect the buying decision variables by 47.6%. While the remaining 52.4% is explained by other variables not examined in this study.

Keywords: *Price, Promotion, Location, Service Quality, Purchase Decision*



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat kemurahannya penulis dapat menyelesaikan sebuah karya tulis dengan judul “Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Lotte Mart Medan”. Yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini saya dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Ibu Tya Wildana Hapsari Lubis, S.E., M.Si., selaku Pendamping Pembimbing dan sekaligus Sekretaris Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan, yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan serta pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M., selaku Ketua STIE Mikroskil Medan, yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak Gunawan, S.Kom., M.T.I. selaku Wakil Ketua I STIE Mikroskil Medan, yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan serta pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan dan Dosen Wali yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan, serta pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Bapak dan Ibu Dosen STIE-Mikroskil yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.

7. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang penulis bagikan, terima kasih atas kerja samanya.
8. Orang tua penulis, Ibu Malina, Bapak Zony Marngodjo dan adik Andreas Mountinus Marngojo yang selalu memberikan doa, dukungan dan kasih sayang serta perhatian yang tak terhingga.
9. Teman-teman seperjuangan penulis Kevin Huang, Wendy Prada, David, Jimmy, Jusni Pristina, Fenywati, Frenni Noviyanti Wijaya serta teman seangkatan yang selalu memberi penulis masukan dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Sahabat-Sahabat penulis Luciana, Felicia Wijaya, Cindy Fredlina, Adrian Sunjaya, Suryadi Hung, Rita, Evelyn, Valentina, Carmenita, Isah yang memberikan doa, dukungan motivasi dan saran kepada penulis.
11. Pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

Medan, 23 Juli 2021

Penulis,

(Febrina Margaret Marngojo)

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Ruang Lingkup.....	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	5
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
1.6. Originalitas	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Pengertian Pemasaran	8
2.1.2. Bauran Pemasaran.....	8
2.1.3. Keputusan Pembelian.....	10
2.1.4. Harga	17
2.1.5. Promosi	22
2.1.6. Lokasi.....	26
2.1.7. Kualitas Pelayanan	29
2.2. Review Peneliti Terdahulu	33
2.3. Kerangka Konseptual	37
2.4. Pengembangan Hipotesis.....	39

2.4.1.	Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian.	39
2.4.2.	Pengaruh Variabel Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	40
2.4.3.	Pengaruh Variabel Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	40
2.4.4.	Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	40
2.4.5.	Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		42
3.1.	Jenis Penelitian	42
3.2.	Objek Penelitian	42
3.3.	Populasi dan Sampel	42
3.3.1.	Populasi	42
3.3.2.	Sampel	42
3.4.	Metode Pengumpulan Data	43
3.4.1.	Data Primer	43
3.4.2.	Studi Kepustakaan	44
3.5.	Definisi operasional Variabel	44
3.5.1.	Variabel Terikat (Y)	44
3.5.2.	Variabel bebas terdiri dari:	44
3.6.	Metode Analisis Data	47
3.6.1.	Analisis Statistik Deskriptif	47
3.6.2.	Analisis Kualitas Data	47
3.6.3.	Uji Asumsi Klasik	48
3.6.4.	Analisis Regresi Linear Berganda	49

3.6.5.	Uji Hipotesis.....	50
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1.	Hasil Penelitian	52
4.1.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	52
4.1.2.	Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	53
4.1.3.	Gambaran Umum Responden	53
4.1.4.	Hasil Uji Kualitas Data	55
4.1.5.	Hasil Statistik Deskriptif.....	65
4.1.6.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	69
4.1.7.	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	74
4.1.8.	Uji Hipotesis.....	75
4.2.	Pembahasan	78
4.2.1.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	78
4.2.2.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	78
4.2.3.	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	79
4.2.4.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	80
4.2.5.	Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	81
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1.	Kesimpulan.....	82
5.2.	Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA		83
LAMPIRAN.....		85
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		125

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	11
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	39
Gambar 4.1 Hasil Grafik Histogram Uji Normalitas	70
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Normal P-P Plot	71
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Pola Gambar <i>Scatterplot</i>	73



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Harga Produk pada Lotte Mart.....	2
Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Likert.....	44
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	45
Tabel 4.1 Tingkat Pengembalian Kuesioner	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	54
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	58
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Promosi	59
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Lokasi.....	60
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Reabilitas Variabel Keputusan Pembelian	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Reabilitas Variabel Harga.....	63
Tabel 4.12 Hasil Uji Reabilitas Variabel Promosi	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Reabilitas Variabel Lokasi.....	64
Tabel 4.14 Hasil Uji Reabilitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	64
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	65
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga.....	66
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi.....	67
Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Lokasi.....	67
Tabel 4.19 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan.....	68
Tabel 4.20 Hasil Uji Multikolinieritas	69
Tabel 4.21 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	72
Tabel 4.22 Hasil Uji <i>Glejser</i>	74
Tabel 4.23 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	74
Tabel 4.24 Hasil Uji t (Uji Parsial)	75
Tabel 4.25 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	77

Tabel 4.26 Hasil Koefisien Determinasi 77



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 KUESIONER PENELITIAN	85
Lampiran 2 DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN	90
Lampiran 3 HASIL PENGUJIAN SPSS.....	103
Lampiran 4 TABEL DISTRIBUSI PENELITIAN	117



UNIVERSITAS MIKROSKIL