

**FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN DI ERA DIGITAL (Studi Kasus Pada Pasar Ramai Medan)**

**SKRIPSI**

Oleh :

**NAMA. JUSNI PRISTINA**

**NIM. 177110528**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
MIKROSKIL  
MEDAN  
2020**

**FACTORS AFFECTING CONSUMER PURCHASE DECISIONS  
IN THE DIGITAL ERA  
(CASE STUDY IN PASAR RAMAI MEDAN)**

**FINAL RESEARCH**

By :

**NAMA. JUSNI PRISTINA**

**Student Number. 177110528**



**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
MIKROSKIL  
MEDAN  
2020**

**LEMBARAN PENGESAHAN**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN DI ERA DIGITAL  
(Studi Kasus pada Pasar Ramai Medan)**



Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I,

(Ella Silvana Ginting, S.E., M.Si.)

Medan, 21 Juli 2021

Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi  
Manajemen,

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

### LEMBARAN PERNYATAAN

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

Nama Mahasiswa : Jusni Pristina  
NIM : 17.711.0528  
Peminatan : Manajemen Bisnis

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

Judul Tugas Akhir : Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Era Digital (Studi Kasus Pada Pasar Ramai Medan)  
Tempat Penelitian : STMIK-STIE Mikroskil Medan  
Alamat Tempat Penelitian : Pasar Ramai Medan, Jl. Thamrin, Medan  
No. Telepon Tempat Penelitian : 085370652189

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenarnya 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 diruju, telah saya nyatakan dengan benar.** Bila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (memebuatnya), 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 pengeahuan, saya menyetujui untuk memebrikan 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 ringaksannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencamtumkan 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,

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, Juli 2021

Saya yang membuat pernyataan,



(Jusni Pristina)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga, Iklan, *Lifestyle*, Lokasi dan Kualitas Produk, terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada konsumen Pasar Ramai Medan, baik secara simultan maupun parsial. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen di Pasar Ramai Medan. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reabilitas. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah analisis regresi liner berganda. Nilai koefisien adjusted  $R^2$  yang diperoleh sebesar 0.689. secara simultan, Harga, Iklan, *Lifestyle*, Lokasi dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Secara parsial, Iklan dan *Lifestyle* tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, sedangkan Harga, Lokasi dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

**Kata kunci:** *Harga, Iklan, Lifestyle, Lokasi, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian Konsumen.*





## ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price, advertising, lifestyle, location and product quality on consumer purchasing decisions at Pasar Ramai Medan, either simultaneously or partially. The type of research used in this research is associative research. The population in this study were all consumers at Pasar Ramai Medan. The sampling technique used accidental sampling method with a total sample of 96 respondents. The data collection technique uses a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The data analysis technique used to answer the hypothesis is multiple linear regression analysis. The adjusted R<sup>2</sup> coefficient value obtained is 0.689. Simultaneously, Price, Advertising, Lifestyle, Location and Product Quality have a significant effect on Consumer Purchase Decisions. Partially, advertising and lifestyle have no significant effect on consumer purchasing decisions, while price, location and product quality have a significant effect on consumer purchasing decisions.

**Keyword :** *Price, Advertising, Lifestyle, Location, Product Quality, Consumer 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 “Faktor -Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Era Digital (Studi Kasus di Pasar Ramai Medan). Yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan.

1. Ibu Ella Silvana Ginting, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I, yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Ibu Sherly Joe, S.Kom., M.M. selaku Dosen Pembimbing II, 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.
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, Bapak Djayus dan Ibu Monica dan adik Melkin Adelin yang selalu memberikan doa, dukungan dan kasih sayang serta perhatian yang tak terhingga.
9. Teman-teman seperjuangan penulis Febriana, Fitria, Timotius, Kiki, Kevin Huang, Citra, Ari, Jessica, serta teman seangkatan yang selalu memberi penulis masukan dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Sahabat-Sahabat penulis Intan Sugianto, Stephanie A L, Cindy Fredlina, Eni Finadi, Jessica Rostanti, Wendy, Michael Wijaya, Maria, Kristine Angeline T, Jimmy Huang yang memberikan dukungan 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.

Medan, Juli 2021

Penulis,



(Jusni Pristina)

# UNIVERSITAS MIKROSKIL

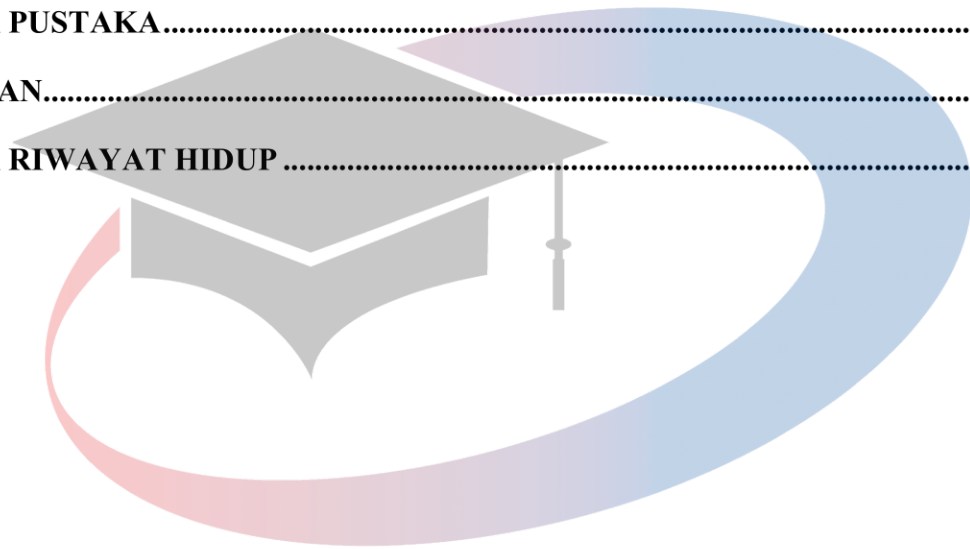


## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>2</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>3</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>4</b>
<b>Daftar isi .....</b>	<b>6</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>7</b>
1.1.Latar Belakang .....	7
1.2.Identifikasi Masalah .....	14
1.3.Ruang Lingkup Penelitian .....	15
1.4.Tujuan Penelitian.....	15
1.5.Manfaat Penelitian.....	15
1.6.Originalitas .....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>18</b>
2.1.Landasan Teori.....	18
2.1.1. Pemasaran.....	18
2.1.2. Harga .....	19
2.1.3. Iklan .....	25
2.1.4. Lifestyle.....	28
2.1.5. Lokasi .....	30
2.1.6. Kualitas Produk .....	33
2.1.7. Keputusan Pembelian .....	37
2.2 Penelitian Terdahulu .....	39
2.3. Kerangka Konseptual .....	45
2.4. Pengembangan Hipotesis .....	48
2.4.1. Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pasar Ramai Medan .....	48
2.4.2. Pengaruh Variabel Iklan Terhdap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pasar Ramai Medan .....	48
2.4.3. Pengaruh Variabel Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pasar Ramai Medan .....	49

2.4.4. Pengaruh Variabel Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pasar Ramai Medan .....	49
2.4.5. Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pasar Ramai Medan.....	50
2.4.6. Pengaruh Variabel Harga, Iklan, <i>Lifestyle</i> , Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pasar Ramai Medan .....	50
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>52</b>
3.1. Jenis Penelitian.....	52
3.2. Objek Penelitian .....	52
3.1. Populasi dan Sampel .....	52
3.3.1. Populasi .....	52
3.3.2. Sampel .....	52
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	53
3.4.1. Penelitian Lapangan (Data Primer) .....	53
3.4.2. Studi Kepustakaan (Data Sekunder).....	55
3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	55
3.6. Metode Analisis Data .....	60
3.6.1. Metode Deskriptif.....	60
3.6.2. Pengujian Kualitas Data .....	60
3.6.3. Pengujian Asumsi Klasik.....	61
3.6.4. Pengujian Regresi Linier Berganda .....	63
3.6.5. Uji Hipotesis .....	64
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>66</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	66
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan .....	66
4.1.2. Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner .....	66
4.1.3. Gambaran Umum Responden (Demografi).....	67
4.1.4. Hasil Statistik Deskriptif .....	69
4.1.5. Hasil Uji Kualitas Data.....	74
4.1.6. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	82
4.1.7. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	87
4.1.8. Hasil Uji Hipotesis.....	88
4.2. Pembahasan Hasil Penelitian .....	91
4.2.1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	91

4.2.2. Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian.....	92
4.2.3. Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian.....	93
4.2.4. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian .....	94
4.2.5. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	95
4.2.6. Pengaruh Harga, Iklan, Lifestyle, Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	96
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>98</b>
5.1. Kesimpulan.....	98
5.2. Saran.....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>100</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>103</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>145</b>

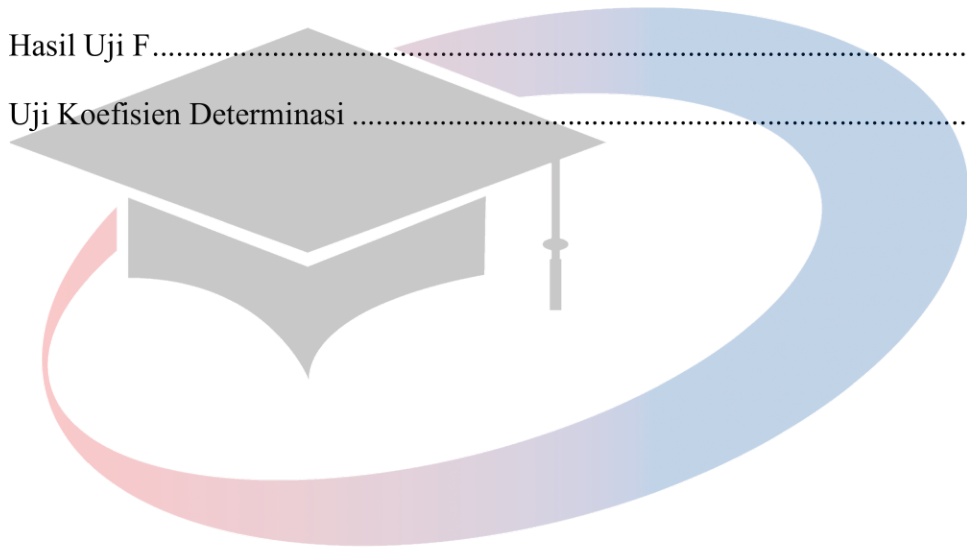


# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 3.1Skala Likert .....	49
Tabel 3.2 Defenisi Operasional Variabel.....	51
Tabel 4.1 Pendistribusian Kuesioner .....	61
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	62
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	62
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Harga .....	63
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Iklan.....	64
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Iklan.....	65
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Lokasi .....	66
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk .....	67
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian .....	68
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Harga.....	69
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Iklan .....	70
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Lifestyle .....	71
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Lokasi.....	72
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	73
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	74
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga .....	74
Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Iklan.....	75
Tabel 4.19 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lifestyle.....	75
Tabel 4.20 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi .....	75

Tabel 4.21 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk .....	75
Tabel 4.22 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian .....	76
Tabel 4.23 Uji Multikolinieritas.....	76
Tabel 4.24 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	79
Tabel 4.25 Uji Glejser.....	79
Tabel 4.26 Uji Regresi Linear Berganda .....	81
Tabel 4.27 Hasil Uji t.....	83
Tabel 4.28 Hasil Uji F.....	84
Tabel 4.29 Uji Koefisien Determinasi .....	85



# UNIVERSITAS MIKROSKIL



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Proses Pembelian Lima Tahap .....	43
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	52
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Histogram.....	88
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Dengan Probability Plot.....	89
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas Scatterplot .....	91



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL