

**PENGARUH PRODUK, HARGA, LOKASI DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
WISATA KULINER SEMOLOWARU DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

FRANSISKA LORUKOBA
15110048

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2019**



**PENGARUH PRODUK, HARGA, LOKASI DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
WISATA KULINER SEMOLOWARU DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Prasyarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana ekonomi**



Oleh :

FRANSISKA LORUKOBA
15110048

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2019**



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Fransiska Lorukoba
NPM : 15110048
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Wisata Kuliner Semolowaru di Surabaya

Pembimbing,
Tanggal, 10 Juli 2019


(
Lilik Indrawati, S.E., M.M.

Mengetahui :
Ketua Program Studi
Tanggal, 10 Juli 2019


(
Lilik Indrawati, S.E., M.M.

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang di tulis oleh Fransiska Lorukoba dengan NPM 15110048

Telah diuji pada

Dinyatakan LULUS oleh :

Ketua Tim Penguji



(V. Ratna Inggawati, S.E.,M.M)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi,



Thyophoida W.S.P., S.E., M.M

Ketua Program Studi,



Lilik Indrawati, S.E., M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH PRODUK, HARGA, LOKASI, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA WISATA KULINER SEMOLOWARU DI SURABAYA

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan
Tim Penguji Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Dharma Cendika
Jurusan Manajemen Pemasaran

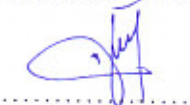
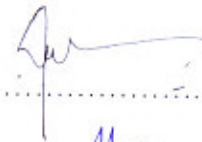
Pada hari, Senin, 15 Juli 2019

Disusun oleh :

Nama : Fransiska Lorukoba
NPM : 15110048
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Tim Penguji :

1. V. Ratna Inggawati, S.E., M.M. (Ketua)
2. Thyopolda W.S.P., SE., MM. (Anggota)
3. Lilik Indrawati, S.E., M.M. (Anggota)



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Fransiska Lorukoba
Fakultas / Prodi : Ekonomi / Manajemen Pemasaran
Alamat : Jl. Galaxy Bumi Permai blok J no 36
No Identitas (KTP/SIM) : 5311085601940001

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Wisata Kuliner Semolowaru di Surabaya adalah merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagian dalam bentuk jurnal, working paper atau bentuk lain yang dipublikasikan secara umum. Skripsi (Tugas akhir) ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadikan rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai dengan kaidah akademik yang berlaku secara umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Apabila kemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika termasuk pencabutan gelar kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Surabaya,

Hormat saya,


FRANSISKA LORUKOBA



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul: “Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Wisata Kuliner Semolowaru di Surabaya”. Skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Ekonomi (S.E) program Strata satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika. Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari banyak kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Lilik Indrawati S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing dan Ketua Program Studi yang banyak membantu dalam setiap semester sekaligus dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini
2. Bapak dan Ibu staff dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika yang telah memberikan pengetahuan dan pengajaran selama saya menjadi mahasiswa di Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya
3. Bapak dan Ibu staff karyawan Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya yang telah membantu saya selama menjadi mahasiswa di Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
4. Ayah dan Ibu atas jasa-jasanya, kesabaran, doa, dan tidak pernah lelah dalam mendidik dan memberi cinta yang tulus dan ikhlas kepada penulis semenjak kecil hingga sampai saat ini.



5. Saudara-saudari tercinta yang telah banyak memberikan dorongan, semangat, kasih sayang dan bantuan demi lancarnya penyusunan skripsi ini.
6. Teman-teman semua atas kebersamaan dan bantuan yang berarti bagi penulis.
7. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan baik isi maupun susunannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat tidak hanya bagi penulis juga bagi para pembaca.

Surabaya, 2019

Penulis



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul:

“Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Wisata Kuliner Semolowaru di Surabaya”.

Skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Ekonomi (S.E) program Strata satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika. Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari banyak kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Lilik Indrawati S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing dan Ketua Program Studi yang banyak membantu dalam setiap semester sekaligus dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini
2. Bapak dan Ibu staff dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika yang telah memberikan pengetahuan dan pengajaran selama saya menjadi mahasiswa di Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya
3. Bapak dan Ibu staff karyawan Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya yang telah membantu saya selama menjadi mahasiswa di Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.



4. Ayah dan Ibu atas jasa-jasanya, kesabaran, doa, dan tidak pernah lelah dalam mendidik dan memberi cinta yang tulus dan ikhlas kepada penulis semenjak kecil hingga sampai saat ini.
5. Saudara-saudari tercinta yang telah banyak memberikan dorongan, semangat, kasih sayang dan bantuan demi lancarnya penyusunan skripsi ini.
6. Teman-teman semua atas kebersamaan dan bantuan yang berarti bagi penulis.
7. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan baik isi maupun susunannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat tidak hanya bagi penulis juga bagi para pembaca.

Surabaya, 2019

Penulis



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK.....	xi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pengertian Wisata Kuliner	7
2.1.2 Produk	8
2.1.2.1 Pengertian Produk	8
2.1.2.2 Tingkatan Produk.....	9
2.1.2.3 Faktor-Faktor Dalam Memilih Produk.....	9
2.1.2.4 Diferensiasi Produk.....	10
2.1.3 Harga.....	10



2.1.3.1 Pengertian Harga.....	10
2.1.3.2 Dimensi Pengukuran Harga.....	11
2.1.3.3 Strategi Penentuan Harga.....	11
2.1.3.4 Faktor-Faktor Dalam Menentukan Harga.....	12
2.1.3.5 Penetapan Harga.....	12
2.1.4 Lokasi.....	12
2.1.4.1. Pengertian Lokasi.....	12
2.1.4.2. Metode dan Data Dalam Menganalisis Lokasi.....	13
2.1.4.3 Faktor Untuk Mempertimbangkan Pemilihan Tempat Atau Lokasi..	14
2.1.4.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Tarik Sebuah Lokasi...	15
2.1.4.5 Tipe-Tipe Lokasi.....	15
2.1.5 Promosi.....	16
2.1.5.1 Pengertian Promosi.....	16
2.1.5.2 Bentuk-Bentuk Promosi.....	17
2.1.5.3 Tujuan dan Tugas Promosi.....	17
2.1.5.4 Faktor-Faktor Bauran Promosi.....	18
2.1.5.5 Strategi Bauran Promosi.....	18
2.1.6 Keputusan Pembelian Kosumen.....	19
2.1.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian Kosumen.....	19
2.1.6.2 Sistem Keputusan Pembelian Konsumen.....	19



2.1.6.3 Tahap-Tahap Dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	20
2.1.6.4 Hal Penting Dalam Memahami Model Keputusan Pembelian Konsumen.....	22
2.1.6.5 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	22
2.1.6.6 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	23
2.1.6.7 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen.....	23
2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	24
2.2.1 Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.2.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.2.4 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.3 Hasi Penelitian Terdahulu.....	25
2.3.1 Penelitian Terdahulu I.....	25
2.3.2 Penelitian Terdahulu II.....	27
2.4 Rerangka Pemikiran.....	28
2.5 Kerangka Konseptual.....	29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian	30
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data	30
3.2.1 Pendekatan Penelitian.....	30



3.2.2 Sumber Data.....	30
3.3 Variabel Penelitian	31
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya	32
3.4.1 Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya	32
3.5 Teknik Pengukuran Data.....	34
3.6 Populasi dan Sampel	35
3.6.1 Populasi	35
3.6.2 sampel	35
3.7 Metode dan Teknik Analisis Data	36
3.7.1 Metode Penelitian	36
3.7.2 Teknik Analisis Data	36
3.7.2.1 Uji Validitas	37
3.7.2.2 Uji Reliabilitas	37
3.7.2.3 Uji Asumsi Klasik	38
3.7.2.3.1 Uji Normalitas	38
3.7.2.3.2 Uji Multikolinieritas.....	38
3.7.2.3.3. Uji Heteroskedastisitas.....	39
3.7.3. Uji Regresi Linear Berganda.....	39
3.7.4. Koefisien Determinasi (R^2)	40
3.7.5 Pengujian Hipotesis.....	42
3.7.5.1 Uji t	42



BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	43
4.1.1 Sejarah Singkat Wisata Kuliner Semolowaru	43
4.2 Deskripsi Hasil Peneltian	44
4.2.1 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	44
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir Konsumen.....	45
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
4.2.4 Durasi Penyebaran Kuesioner.....	46
4.3 Pembahasan dan Analisa Data	46
4.3.1 Uji Validitas	47
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	48
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	49
4.3.3.1 Uji Normalitas.....	49
4.3.3.2 Uji Multikolinearitas.....	50
4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	52
4.4 Uji Regresi Linear Berganda.....	53
4.4.1 Koefisien Determinasi (R^2)	55
4.5 Uji t.....	55

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan	60
5.2 Saran	61

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Jumlah Rumah Makan di Kota Surabaya 2013-20172	
Tabel 3.1 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	41
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Wisata Kuliner	
Semolowaru.....	44
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir Wisata Kuliner	
Semolowaru.....	45
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia di Wisata Kuliner	
Semolowaru.....	46
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Untuk Semua Variabel Wisata Kuliner Semolowaru.....	47
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Untuk Semua Variabel Wisata Kuliner Semolowaru..	48
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas Wisata Kuliner Semolowaru.....	51
Tabel 4.7 Uji Regresi Linear Berganda Wisata Kuliner Semolowaru.....	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Wisata Kuliner Semolowaru.....	55
Tabel 4.9 Hasil Uji t Wisata Kuliner Semolowaru.....	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Keputusan Pembelian	19
Gambar 2.2 Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	21
Gambar 2.3 Rerangka Pemikiran.....	28
Gambar 2.4 Kerangka Konseptual.....	29
Gambar 4.1 Uji Normalitas.....	49
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	51
Gambar 4.3 Kurva Uji t Variabel X1 Terhadap Y.....	55
Gambar 4.4 Kurva Uji t Variabel X2 Terhadap Y.....	56
Gambar 4.5 Kurva Uji t Variabel X3 Terhadap Y.....	57
Gambar 4.6 Kurva Uji t Variabel X4 Terhadap Y.....	58



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Tabulasi Wisata Kuliner Semolowaru

Lampiran 3 Hasil SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4 Hasil SPSS Uji Normalitas

Lampiran 5 Hasil SPSS Uji Multikolinearitas dan Heteroskedastisitas

Lampiran 6 Hasil SPSS Uji Regresi Linear Berganda, Uji Koefisien Determinasi, Uji t

Lampiran 7 t Tabel dan r Tabel



PENGARUH PRODUK, HARGA, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA WISATA KULINER SEMOLOWARU DI SURABAYA

ABSTRAK

Oleh :
Fransiska Lorukoba

Sentra Wisata kuliner di Surabaya mengalami perkembangan yang sangat pesat. Semakin berkembangnya wisata kuliner di Surabaya mengakibatkan tingkat persaingan semakin ketat. Penelitian ini dilakukan di Sentra Wisata Kuliner Semolowaru Surabaya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh produk, harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang konsumen dari Wisata Kuliner Semolowaru Surabaya. Kemudian, dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis data secara kuantitatif meliputi: uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t, serta analisis koefisien determinasi (R^2). Data-data yang telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik diolah menggunakan SPSS versi 22, menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,252 + 0,174 X_1 + 0,125 X_2 + 0,123 X_3 + 0,193 X_4$$

Dapat dikatakan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid dan semua variabel dinyatakan reliabel. Selain itu, diperoleh hasil bahwa Angka Adjusted R Square sebesar 0,189 menunjukkan bahwa, 18,9 persen variabel Keputusan Pembelian Konsumen dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen dalam persamaan regresi, serta memiliki tingkat hubungan yang rendah. Sedangkan sisanya sebesar 81,1 persen, dijelaskan oleh variabel lain diluar keempat variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel produk $t_{hitung} < t_{table}$ ($1,905 < 1,98525$) maka tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, variabel harga $t_{hitung} < t_{table}$ ($1,282 < 1,98525$) maka tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, variabel lokasi $t_{hitung} < t_{table}$ ($1,329 < 1,98525$) maka tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, variabel promosi $t_{hitung} > t_{table}$ ($2,166 > 1,98525$) maka berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci : produk, harga, lokasi, promosi dan keputusan pembelian konsumen.



THE INFLUENCE OF PRODUCT, PRICE, PLACE, AND PROMOTION TO CONSUMEN PURCHASING DECISIONS TO WISATA KULINER SEMOLOWARU IN SURABAYA

ABSTRACT

By :
Fransiska Lorukoba

Center of Wisata Kuliner in Surabaya experience increased very rapidly. With the development of Cener of Wisata Kuliner in Surabaya also affect the level of competition. The research was conducted in Wisata Kuliner Semolowaru Surabaya. The purpose of this study is to determine the effect of Product, Price, Place and Promotion significantly to Consumer Purchasing Decisions. Sampling method used is nonprobability sampling. The sample in this research is 100 customer from Wisata Kuliner Semolowaru Surabaya then, analysis of data obtained by using quantitative data analysis include: validity and reliability test, classic assumption test, multiple regression analysis, hypothesis testing through t test, and analysis Coefficient of determination (R^2). Data that has met the validity test, reliability test and classical assumption test processed using SPSS 22 version so as to produce the following regression equation:

$$Y = 1,252 + 0,174 X_1 + 0,125 X_2 + 0,123 X_3 + 0,193 X_4$$

Where, Consumer Purchasing Decisions variable (Y), Product variable (X_1), Price variable (X_2), Location variable (X_3), and Promotion variable (X_4). Could be said that all items are statements items are declared valid and all variables are declared reliable. Other than that obtained, are that the numbers of adjusted R square is 0,189 that the number of shows that 18,9 percent Consumer Purchasing Decisions variable could be explained by the four independent variables in the regression equation and have a low level of relationship. While the remaining 81,1 percent is explained by other variables outside of the four variables used in this study. Hypothesis testing using the t test shows that the product variable is tcount product variable tcount < ttable (1,905 < 1,98525) hence not influence to consumer purchasing decision, variable of price tcount < ttable (1,282 < 1,98525) hence not influence to consumer purchase decision, place variable tcount < ttable (1,329 < 1,98525) not influence on consumer purchase decisions, variable promotion tcount > ttable (2.166 > 1.98525) then affect consumer purchasing decisions.

Keywords: product, price, place, promotion and consumer purchase decision.