

**PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI BONNET  
SUPERMARKET SURABAYA**

**SKRIPSI**



Oleh :

**DEBBY NATALIA FREDYANTO**

**14110008**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA**

**SURABAYA**

**2018**

**PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI BONNET  
SUPERMARKET SURABAYA**

**SKRIPSI**

Sebagai Salah Satu Prasyarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh :

**DEBBY NATALIA FREDYANTO**

**14110008**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA**

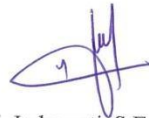
**SURABAYA**

**2018**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Debby Natalia Fredyanto  
NPM : 14110008  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap  
Keputusan Pembelian di Bonnet Supermarket Surabaya.

Pembimbing  
Tanggal 30 Juli 2018



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

Mengetahui,  
Ketua Program Studi  
Tanggal 30 Juli 2018



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

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi yang ditulis oleh **Debby Natalia Fredyanto** dengan NPM 14110008

Telah diuji pada Senin, 30 Juni 2018

Dinyatakan LULUS oleh :

Ketua Tim Penguji

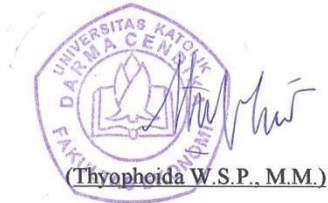


(Dr. Maria Widyastuti, M.M.)


Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi,

Ketua Program Studi,



(Thyophoida W.S.P., M.M.)



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

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan  
Pembelian di Bonnet Supermarket Surabaya**

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan

Tim Penguji Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika

Jurusan Manajemen

Pada Hari ~~SENIN~~, Tanggal 30 Juli 2018

Disusun oleh:

Nama : Debby Natalia Fredyanto

NPM : 14110008

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Tim Penguji :

1. Dr. Maria Widyastuti, M.M (Ketua Dosen Penguji)

2. Thyophoida. W. S. P., M.M. (Dosen Penguji)

3. Lilik Indrawati, S.E., M.M. (Dosen Pembimbing)

  
.....  
.....  
.....

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Debby Natalia Fredyanto

NPM : 14110008

Fakultas / Prodi : Ekonomi / Manajemen

Alamat asli : Jl. Ploso 8c No. 11

No Identitas (KTP/SIM) : 3578114312950003

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**“Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Bonnet Supermarket Surabaya”**

Penelitian ini 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, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Apabila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan kesalahan 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 kesarjanaaan.

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

Surabaya, 30 Juli 2018

Hormat saya,



Debby Natalia Fredyanto

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini yang berjudul: **“Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Bonnet Supermarket Surabaya”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan dalam meraih status sebagai Sarjana Ekonomi (S.E) program strata satu (S-1) pada jurusan Manajemen Pemasaran Fakultas ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.

Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian skripsi ini, penulis tidak luput dari banyak kendala dan masalah. Kendala dan masalah tersebut dapat di atasi oleh penulis berkat adanya bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. RD. Dr. Yustinus Budi Hermanto, M.M., selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
2. Ibu Thyopoida W.S.P. S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya dan selaku Dosen Penguji yang telah membantu banyak memberikan masukan dalam perbaikan skripsi.
3. Ibu Lilik Indrawati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya dan selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan dan mengorbankan

waktu, tenaga, pikiran dan lain-lain untuk membimbing serta memberikan saran dalam membantu penulis untuk menyelesaikan laporan skripsi ini.

4. Ibu Citra Anggraini Tresyanto, S.E., M.M., selaku Dosen Wali pada tahun akademik 2014 hingga tahun 2018 yang telah membantu dalam perwakilan setiap semester.
5. Ibu Maria Widyastuti Dr. M.M., selaku Dosen ketua Penguji yang telah membantu banyak memberikan masukan dalam perbaikan skripsi.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya yang telah memberikan banyak pengetahuan dan pengajaran selama saya menjadi mahasiswa di Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
7. Bapak / Ibu staff dan karyawan Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya yang telah banyak membantu selama saya menjadi mahasiswa di Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
8. Ibu Ferinika Ursula, selaku *General Manager* Bonnet Supermarket yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melakukan penelitian di Bonnet Supermarket Surabaya.
9. Ibu Evelyn Soetanto, selaku *Business Development* Bonnet Supermarket yang telah banyak membantu memberikan masukan kepada penulis.

10. Bapak Bambang, selaku *Manager* Bonnet Supermarket yang selalu mengarahkan dan membimbing penulis selama melakukan penelitian di Bonnet Supermarket Surabaya.
11. Bapak Budi, selaku *Supervisor* Bonnet Supermarket yang selalu sabar memberikan masukan dan memperkenalkan hal – hal yang baru kepada penulis.
12. Para staff karyawan di Bonnet Supermarket yang telah memberikan masukan dan dukungan kepada penulis.
13. Bapak Christian, yang selalu sabar, mempercayai penulis dan memberikan izin untuk penulis dapat menyelesaikan laporan penelitian ini tepat pada waktunya.
14. Orang tua tercinta dan seluruh keluarga besar saya yang selalu mendoakan serta mendukung saya dalam menyelesaikan laporan penelitian skripsi ini.
15. Teman – teman yang penulis sayangi Valerie Jovita, Amita Sari, Vincentius Bagus, Ignasius Steven, Marcell Aprihan, Arwin Jacobus, Peter Sandy dan teman-teman yang lainnya di Universitas Katolik Darma Cendika yang selalu senantiasa mendoakan serta memberikan semangat kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan penelitian skripsi ini.
16. Teman – teman Fakultas Ekonomi, Fakultas Teknik dan Fakultas Hukum angkatan 2014 yang sama-sama berjuang dalam menyelesaikan perkuliahan di Universitas Katolik Darma Cendika

teman-teman yang senantiasa mendukung penulis baik secara moril maupun materil.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kesempurnaan dengan segala kekurangannya. Untuk itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan dari laporan kerja praktek ini. Akhir kata penulis berharap, semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi rekan-rekan mahasiswa-mahasiswi dan pembaca sekaligus demi menambah pengetahuan tentang Laporan Penelitian Skripsi ini.

Surabaya, 30 Juli 2018

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.2 Latar Belakang Masalah .....	1
1.3 Rumusan Masalah .....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>14</b>
2.1 Landasan Teori .....	14
2.1.1 Produk.....	14
2.1.1.1 Pengertian Produk .....	14
2.1.1.2 Klasifikasi Produk .....	15
2.1.1.3 Indikator Produk.....	16
2.1.2 Harga .....	16

2.1.2.1 Pengertian Harga.....	16
2.1.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Harga.....	17
2.1.2.3 Tujuan Penetapan Harga.....	18
2.1.2.4 Peran Harga.....	18
2.1.2.5 Penetapan Harga.....	19
2.1.2.6 Tujuan Penetapan Harga.....	19
2.1.2.7 Indikator Harga .....	20
2.1.3 Promosi.....	20
2.1.3.1 Pengertian promosi.....	20
2.1.3.2 TujuanPromosi .....	21
2.1.3.3 Indikator Promosi.....	22
2.1.4 Lokasi .....	23
2.1.4.1 Pengertian Lokasi.....	23
2.1.4.2 Faktor Lokasi yang Harus Dipertimbangkan .....	23
2.1.4.3 Indikator Lokasi .....	24
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	25
2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	25
2.1.5.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian...26	

2.1.6 Pengaruh Antar Variabel.....	28
2.1.6.1 Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	28
2.1.6.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	28
2.1.6.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	28
2.1.6.4 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	29
2.2.1 Penelitian 1 .....	29
2.2.2 Penelitian 2 .....	30
2.2.3 Penelitian 3 .....	32
2.3 Rerangka Pemikiran.....	34
2.4 RerangkaKonseptual.....	35
2.5 Hipotesis Penelitian .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1 Obyek Penelitian.....	37
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data.....	37
3.2.1 Pendekatan Penelitian .....	37
3.2.2 Sumber Data .....	37
3.3. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel.....	38

3.3.1 Variabel Penelitian .....	38
3.3.2 Pengukuran Variabel .....	38
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	39
3.4.1 Variabel Bebas.....	39
3.4.2 Variabel Terikat .....	41
3.5 Populasi dan Sampel.....	41
3.5.1 Populasi .....	41
3.5.2 Sampel.....	42
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data.....	42
3.6.1 Metode Pengumpulan Data .....	42
3.6.2 Teknik Analisis Data.....	43
3.6.2.1 Uji Validitas.....	43
3.6.2.2 Uji Relibilitas.....	44
3.6.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	44
3.6.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
3.6.2.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	47
3.6.2.6 Uji t.....	48

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>50</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	50
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	50
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	51
4.1.3 Job Description .....	51
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	54
4.2.1 Karakteristik Responden .....	54
4.3 Pembahasan dan Analisis Data .....	55
4.3.1 Uji Validitas.....	55
4.3.2 Uji Realibilitas .....	57
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	57
4.4.1 Uji Normalitas.....	57
4.4.2 Uji Multikolinieritas.....	58
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	59
4.5 Teknik Analisis.....	60
4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
4.5.2 Koefisien Determinasi.....	61
4.5.3 Uji Hipotesis (uji t) .....	62

**BAB V PENUTUP .....67**

5.1 Simpulan.....67

5.2 Saran.....69

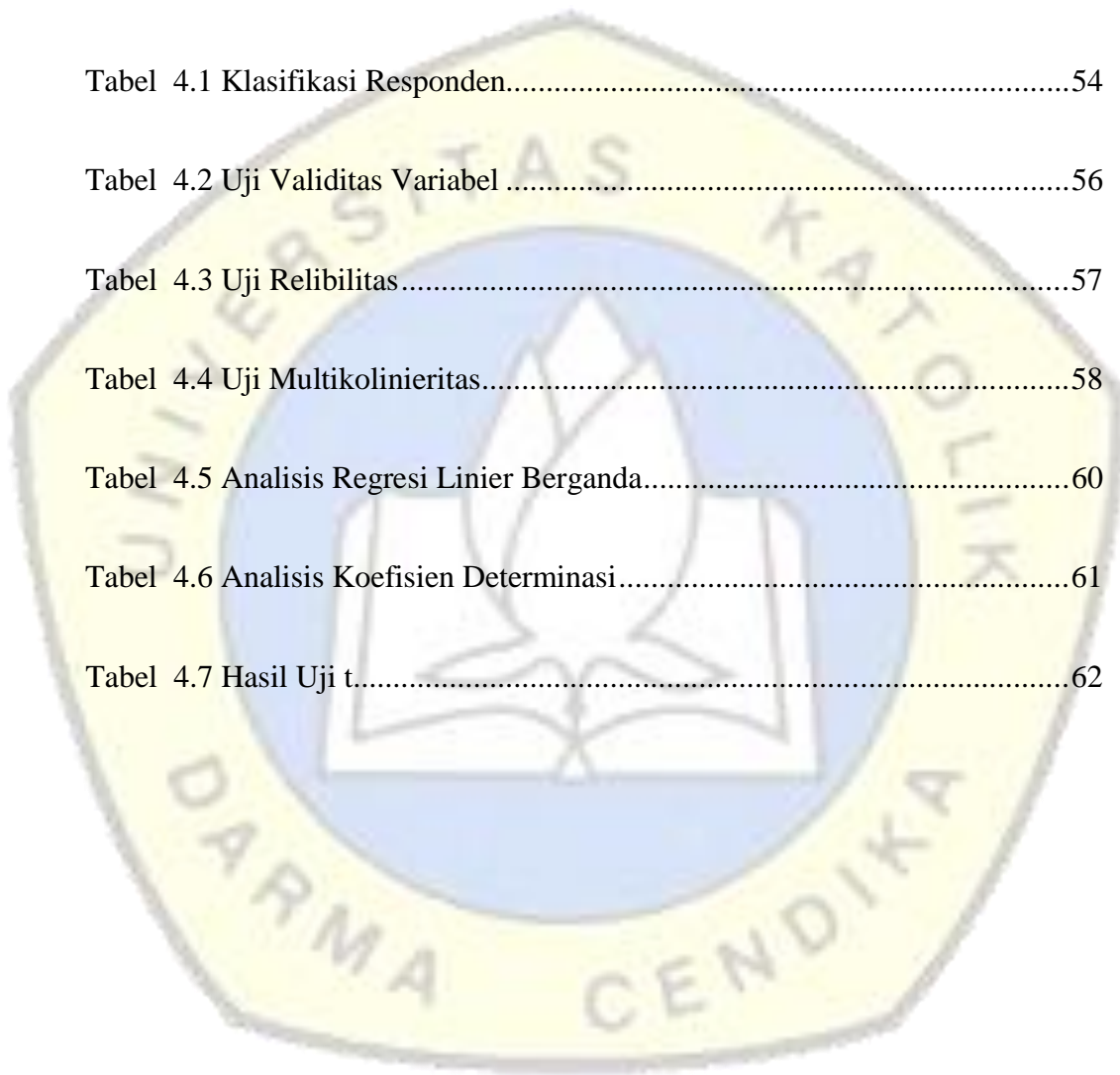
**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Global Economic Monitor World Trend Plus</i> .....	4
Tabel 1.2 <i>Indonesian Biggest Cities For Business</i> .....	6
Tabel 3.1 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	48
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden.....	54
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel .....	56
Tabel 4.3 Uji Relibilitas.....	57
Tabel 4.4 Uji Multikolinieritas.....	58
Tabel 4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
Tabel 4.6 Analisis Koefisien Determinasi.....	61
Tabel 4.7 Hasil Uji t.....	62



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Global Economic Monitor World Tren Plus</i> .....	5
Gambar 2.3 Rerangka Pemikiran .....	33
Gambar 2.4 Rerangka Konseptual .....	34
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	51
Gambar 4.2 Grafik Normal P-Plot Uji Normalitas .....	58
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	59
Gambar 4.4 Kurva Uji t Variabel $X_1$ terhadap Y.....	63
Gambar 4.5 Kurva Uji t Variabel $X_2$ terhadap Y.....	64
Gambar 4.6 Kurva Uji t Variabel $X_3$ terhadap Y.....	65
Gambar 4.7 Kurva Uji t Variabel $X_4$ terhadap Y.....	66

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Quisioner Lampiran 2

Hasil Quisioner Lampiran 3 Data

Rekap Quisioner Lampiran 4 Hasil

SPSS

Lampiran 5 Tabel r

Lampiran 6 Tabel t



## Abstrak

Oleh :

Debby Natalia Fredyanto

Bisnis ritel di Indonesia saat ini mengalami perkembangan sangat pesat. Kehadiran bisnis ritel di Indonesia makin menyemarakkan bisnis. Kebutuhan dan keinginan konsumen saat ini mengalami perubahan yang drastis, dimana dalam perkembangannya masyarakat menginginkan kebutuhannya dapat dijangkau dengan cepat dan mudah. Hal inilah yang menyebabkan banyak peritel berusaha untuk membuka banyak gerai di banyak lokasi, demi memenuhi kebutuhan konsumennya. Saat ini telah banyak perusahaan ritel yang melayani konsumen dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Bonnet Supermarket Surabaya. Dalam penelitian ini populasi sampel yang diambil yaitu konsumen yang berbelanja di Bonnet Supermarket dengan sampel sebanyak 100 orang / konsumen. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Hasil pengelolaan data menggunakan SPSS versi 19.0 diperoleh hasil sebagai berikut : nilai analisis koefisien determinasi senilai 0,628 (62,8%), hal ini menunjukkan bahwa pengaruh produk, promosi, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian bersifat kuat. Produk ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dimana  $t_{hitung} = 2,740 > t_{tabel} = 1,98525$  dengan tingkat signifikan 0,007 (<5% atau 0,05). Harga ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dimana  $t_{hitung} = 2,771 > t_{tabel} = 1,98525$ , dengan tingkat signifikan 0,007 (<5% atau 0,05). Promosi ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dimana  $t_{hitung} = 4,573 > t_{tabel} = 1,98525$ , dengan tingkat signifikan 0,000 (<5% atau 0,05). Lokasi ( $X_4$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dimana  $t_{hitung} = 2,660 > t_{tabel} = 1,98525$ , dengan tingkat signifikan 0,009 (<5% atau 0,05).

Kata kunci : *Produk, Harga, Promosi, Lokasi dan Keputusan Pembelian*

## Abstract

by:

Debby Natalia Fredyanto

Retail business in Indonesia is currently experiencing very rapid growth. The presence of the retail business in Indonesia, more embellish business. Needs and desires of consumers are currently experiencing drastic changes, which in its development community wants its needs can be reached quickly and easily. This has led many retailers are trying to open many stores in many locations, in order to meet the needs of consumers. When this has been a lot of retail companies that serve customers in meeting the needs of consumers. The purpose of this study to determine the effect of product, price, promotion and location of the purchasing decisions in Bonnet Supermarket Surabaya. In this study population samples taken that consumers who shop at Bonnet Supermarket with a sample of 100 people / consumers. Mechanical sampling using sampling nonprobability. The results of data management using SPSS version 19.0 obtained as follows: coefficient of determination value worth 0.628 (62.8%), indicating that the effect of the product, promotion, price and location of the purchase decision is strong.

Products (X1) significantly influence purchasing decisions where  $t_{test} \text{ results} = 2,740 > t_{table} = 1.98525$  with a significant level of 0.007 (<5% or 0.05). Price (X2) significantly influence purchasing decisions where  $t_{results} = 2,771 > t_{table} = 1.98525$ , with a significant level of 0.007 (<5% or 0.05). Promotion (X3) significantly influence purchasing decisions where  $t_{results} = 4.573 > t_{table} = 1.98525$ , with a significant level of 0.000 (<5% or 0.05). Location (X4) significantly influence purchasing decisions where  $t_{results} = 2,660 > t_{table} = 1.98525$ , with a significant level of 0.009 (<5% or 0.05).

*Keywords: Product, Price, Promotion, Location and Purchase Decision*

