

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI, PROMOSI DAN
PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA SEPATU SPECS (STUDI KASUS DI TOKO ANDRA
SPORTS AMBULU)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Oleh:

BAGAS SETYO PRAYOGI

17.1041.1068

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2021**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bagas Setyo Prayogi

Nim : 1710411068

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI, PROMOSI DAN PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SEPATU SPECS (STUDI KASUS DI TOKO ANDRA SPORTS AMBULU)** adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan subtansi telah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 06 Mei 2021



Bagas Setyo Prayogi
Nim. 17.1041.1068

Persetujuan Skripsi

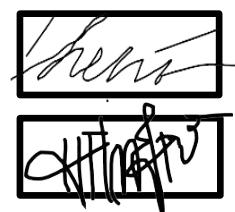


**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI, PROMOSI DAN
PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA SEPATU SPECS (STUDI KASUS DI TOKO ANDRA
SPORTS AMBULU)**

Oleh :
BAGAS SETYO PRAYOGI
17.1041.1068

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Seno Sumowo, S.E.M.M



Dosen Pembimbing Pendamping : Nursaidah, S.E,M.M

PENGESAHAN

Skripsi bejedul **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI, PROMOSI DAN PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SEPATU SPECS (STUDI KASUS DI TOKO ANDRA SPORTS AMBULU)**, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Bagas Setyo Prayogi
Hari : Kamis
Tanggal : 06 Mei 2021
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Pengaji

Toni Herlambang, Dr., MM.

NIDN : 0701016904

Anggota 1,



Seno Sumowo, SE.MM

NIDN : 0717106601

Anggota 2,



Nursaidah, SE.MM

NIDN : 0701068503

Mengesahkan :



Maheni Ika Sari, SE.MM
NIP : 197708112005012001



Achmad Hasan Hafidzi SE.MM
NPK : 1986051411703796

MOTTO

“Jangan melihat ke luar. Lihatlah ke dalam diri sendiri dan carilah itu.”

(**Jalaluddin Rumi**)

“Dulu waktu aku pandai, aku ingin mengubah dunia. Kini setelah aku menjadi bijak,
aku berfikir untuk mengubah diri sendiri”

(**Jalaluddin Rumi**)

“Perilaku manusia mengalir dari tiga sumber utama: keinginan, emosi, dan
pengetahuan.”

(**Plato**)

“Jika yang kau bisa hanya merangkak, merangkaklah.
Kita ada untuk bahagia, bukan untuk tenggelam dalam kesedihan”

(**Bagas Setyo Prayogi**)



PERSEMAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT. yang telah melimpahkan segala rahmat-Nya, nikmat kesehatan, serta pemahaman dan kehadiran Allah Subhanhu Wata'ala atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI, PROMOSI DAN PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SEPATU SPECS (STUDI KASUS DI TOKO ANDRA SPORTS AMBULU), Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, Oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Allah SWT. yang telah memberikan segala nikmat yang takterhinggaa. Terimakasih atas ridho dan kehendak-Mu sehingga hamba-Mu ini dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Terimakasih kepada Bapak Dr. Hanafi M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember,
3. Terimakasih kepada Ibu Maheni Ika Sari, SE.,MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Terimakasih kepada Bapak Achamad Hasan Hafidzi, SE.,MM., selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
5. Terimakasih kepada Bapak Toni Herlambang, Dr.,MM., selaku dosen penguji, Bapak Seno Sumowo SE.MM., sebagai pembimbing utama dan ibu Nursaidah SE.MM., sebagai pembimbing pendamping skripsi yang telah meluangkan waktu, pikiran dan perhatian dalam penulisan skripsi ini.
6. Kedua orang tua Ayahanda Misyanto yang selalu mengusahakan apapun yang di inginkan anaknya dan Ibunda Ida Nur Santi yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan hati dalam menumbuhkan buah hatinya meski harus merasakan luka berulang kali.
7. Kembaran Bagus Setyo Prayogi yang selalu menjadi partner menguatkan untuk selalu terus menjalani kehidupan.
8. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan “INSC” yang selalu menyemangati satu sama lain dan dan segala pihak yang pernah hadir dalam kehidupan.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadirat Allah Subhanhu Wata'ala atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI, PROMOSI DAN PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SEPATU SPECS (STUDI KASUS DI TOKO ANDRA SPORTS AMBULU), Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, Oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Allah SWT. yang telah memberikan segala nikmat yang tak terhingga. Terimakasih atas ridho dan kehendak-Mu sehingga hamba-Mu ini dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Dr. Hanafi M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember,
3. Maheni Ika Sari, SE.,MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Achmad Hasan Hafidzi, SE.,MM., selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
5. Toni Herlambang Dr.,MM., selaku dosen pengudi, Seno Sumowo SE.MM., sebagai pembimbing utama dan Nursaidah SE.MM., sebagai pembimbing pendamping skripsi yang telah meluangkan waktu, pikiran dan perhatian dalam penulisan skripsi ini.
6. Kedua orang tua Ayahanda Misyanto yang selalu mengusahakan apapun yang di inginkan anaknya dan Ibunda Ida Nur Santi yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan hati dalam menumbuhkan buah hatinya meski harus merasakan luka berulang kali.
7. Kembaran Bagus Setyo Prayogi yang selalu menjadi partner menguatkan untuk selalu terus menjalani kehidupan.
8. Teman seperjuangan Kontrakkan INSC yang menyemangati satu sama lain.
9. Dan segala pihak yang pernah hadir dalam kehidupan.

Jember, 06 Mei 2021

Bagas Setyo Prayogi

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Tinjauan Teori.....	8
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2.1.2 Pengertian Pemasaran.....	8
2.1.3 <i>Marketing Mix</i>	9
2.1.3.1 Kualitas Produk.....	9
2.1.3.2 Harga (<i>Price</i>)	11
2.1.3.3 Lokasi (<i>Place</i>).....	12
2.1.3.4 Promosi (<i>Promotion</i>).....	12
2.1.4 Pemasaran digital	13
2.1.5 Keputusan Pembelian	13
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
2.3 Kerangka Konseptual	19
2.4 Hipotesis Penelitian	20
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Identifikasi Variabel	22
3.1.1 Variabel Dependen	22
3.1.2 Variabel Independen.....	22
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	22
3.3 Desain Penelitian.....	24
3.4 Sumber Dan Jenis Data Penelitian	25
3.4.1 Data Primer	25
3.4.2 Data Sekunder	25
3.4.3 Jenis Data	25

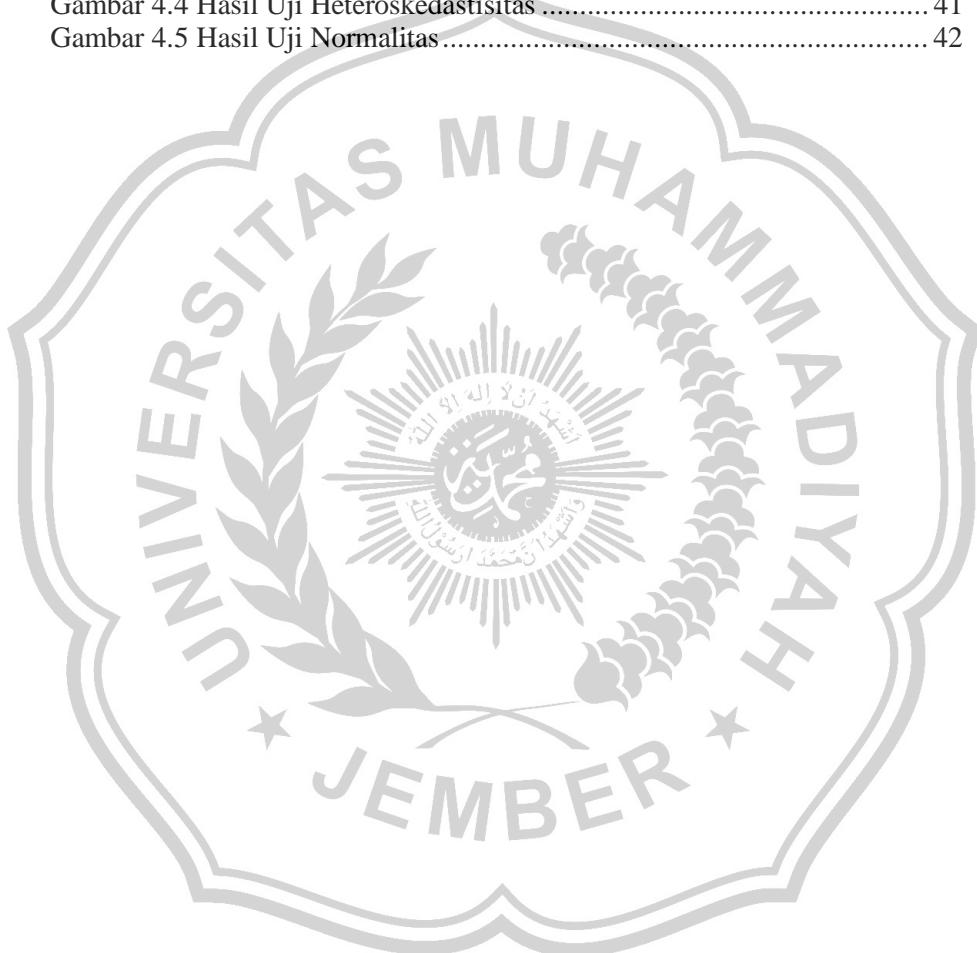
3.5 Teknik Pengambilan Sampel	25
3.5.1 Populasi.....	25
3.5.2 Sampel	25
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.6.1 Wawancara.....	26
3.6.2 Observasi	26
3.6.3 Kuesioner	26
3.7 Teknik Analisis Data.....	27
3.7.1 Uji Instrumen	27
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	28
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	30
3.7.4 Uji Hipotesis	30
3.7.5 Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2).	31
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	32
4.1.1 Profil Perusahaan.....	32
4.2 Karakteristik Responden.....	33
4.3 Analisis Indeks Jawaban Responden.....	34
4.4 Hasil dan Pembahasan.....	38
4.5 Teknik Analisis Data	38
4.5.1 Pengujian Instrumen Data.....	38
4.6 Uji Asumsi Klasik	40
4.6.1 Uji Multikolonieritas	40
4.6.2 Uji Heteroskedastisitas	40
4.6.3 Uji Normalitas	41
4.7 Uji Regresi Linier Berganda	42
4.8 Uji Hipotesis	44
4.8.1 Uji t	44
4.8.2 Uji F	45
4.9 Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	45
4.10 Pengujian Hipotesis.....	46
4.10.1 Pengujian Hipotesis 1	46
4.10.2 Pengujian Hipotesis 2	46
4.10.3 Pengujian Hipotesis 3	46
4.10.4 Pengujian Hipotesis 4	47
4.10.5 Pengujian Hipotesis 5	47
4.11 Pembahasan	47
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Saran.....	49
5.2.1 Saran untuk Perusahaan	49
5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data penjualan <i>Offline</i> dan <i>Online</i> Toko Andra Sport 2020.....	6
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu yang relevan	14
Tabel 2.2 Penelitian terdahulu yang relevan	15
Tabel 2.3 Penelitian terdahulu yang relevan	16
Tabel 2.4 Penelitian terdahulu yang relevan	17
Tabel 2.5 Penelitian terdahulu yang relevan	18
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert	27
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	33
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	34
Tabel 4.3 Kualitas Produk (X1)	35
Tabel 4.4 Harga.....	35
Tabel 4.5 Lokasi.....	36
Tabel 4.6 Promosi.....	36
Tabel 4.7 Pemasaran Digital	37
Tabel 4.8 Keputusan Pembelian.....	37
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	38
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	40
Tabel 4.12 Analisis Regresi Linier Berganda	42
Tabel 4.13 Hasil Uji t	44
Tabel 4.14 Hasil Uji F	45
Tabel 4.15 Hasil Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Presentase sepatu sepak bola yang diminati di Jawa Timur Tahun 2020	2
Gambar 1.2 Pengguna Sosial Media di Indonesia 2019	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	19
Gambar 4.1 Logo Specs.....	32
Gambar 4.2 Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	33
Gambar 4.3 Frekuensi Pembelian Responden.....	34
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	41
Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas.....	42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	54
Lampiran 2 Surat Penelitian.....	58
Lampiran 3 Dokumentasi.....	59
Lampiran 4 Rekapitulasi Data Responden Dan Frekuensi Jawaban Responden.....	65
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas.....	76
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	83
Lampiran 7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda, Uji T, Uji F, Dan Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	85

