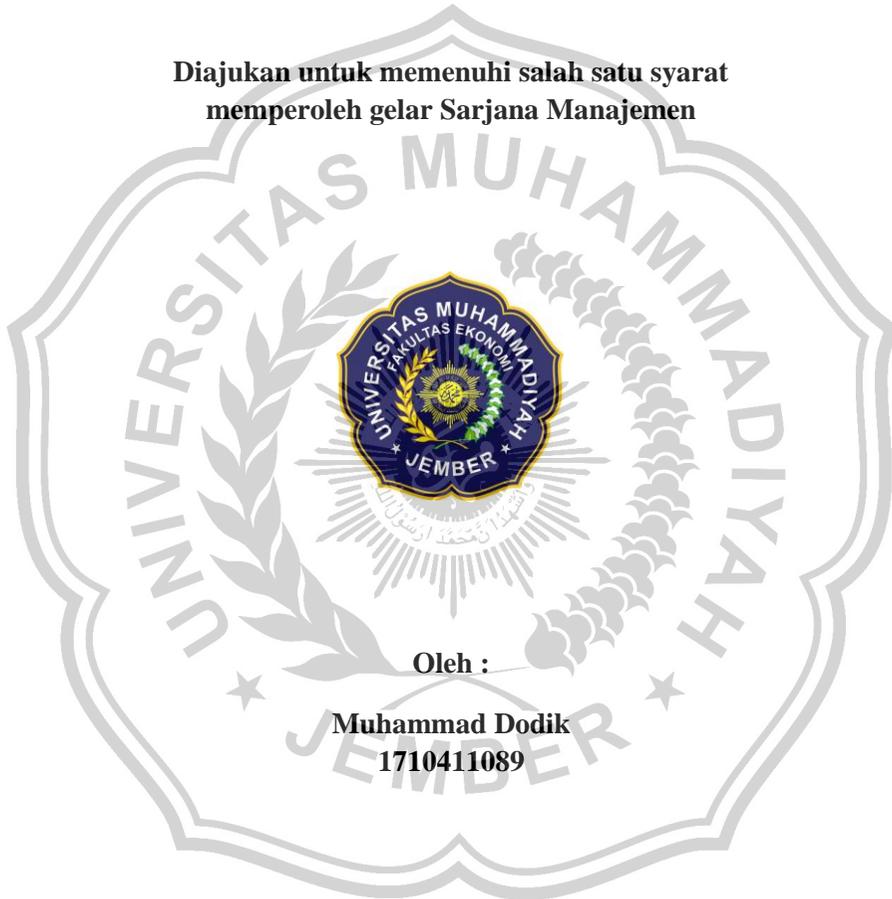


**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PRODUK, LOKASI DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN
PEMBELIAN DI TOKO BASMALAH TANGGUL**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :

**Muhammad Dodik
1710411089**

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

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Dodik

NIM : 1710411089

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PRODUK, LOKASI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN DI TOKO BASMALAH TANGGUL, adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi 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 sesuai dengan sikap ilmiah.

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

Jember, 1 November 2021

kan,



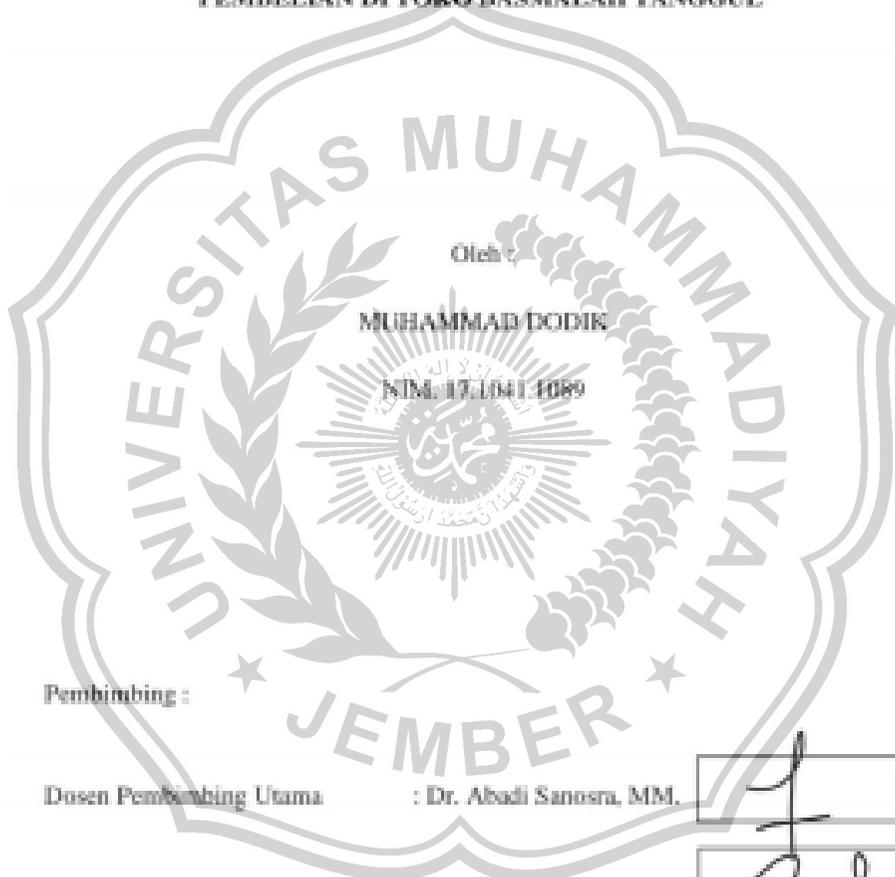
8BDF7AJX587523782

Muhammad Dodik

NIM: 17.1041.1089

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PRODUK, LOKASI DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN
PEMBELIAN DI TOKO BASMALAH TANGGUL**



Oleh :

MUHAMMAD DODIK

NIM. 17.1541.1089

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Abadi Sanosra, MM.

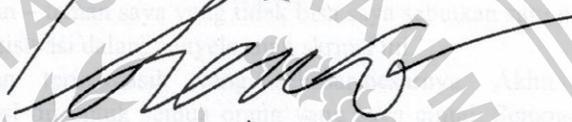
Dosen Pembimbing Pendamping : Ahmad Izzudin, SE, MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: Pengaruh Kualitas Layanan, Produk, Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian di Toko Basmalah Tanggul, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Jumat
Tanggal : 24 Desember 2021
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember
Nama : Muhammad Dodik
NIM : 1710411089

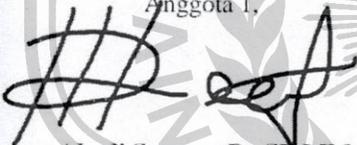
Tim Penguji,



Seno Sumowo, SE, MM

NPK - 01/09/288

Anggota 1,



Abadi Sanosra, Dr. SE, MM

NPK. 0718077802

Anggota 2,



Ahmad Izzudin, SE, MM

NPK. 1990100711605788

Mengesahkan :



Dekan,

Maheni Ika Sari, SE, MM

NIP. 197708142005012001

Ketua Program Studi,



Achmad Hasan Hafidzi, SE, MM

NPK. 19860514.1.1703796

PERSEMBAHAN

Syukur Alhamdulillah saya ucapkan kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayahnya yang selalu memberikan kekuatan, kesabaran dan kemudahan dalam menyusun skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Keluarga saya terutama kepada kedua orang tua Ayah dan Ibu yang selalu memberikan dukungan dan do'a yang tiada hentinya hingga sampai saat ini saya bisa menyelesaikan bidang perkuliahan ini.
2. Seno Sumowo, SE, MM selaku Dosen Penguji yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis.
3. Kedua Pembimbing saya, Bapak Dr. Abadi Sanosra, MM selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Ahmad Izzudin, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang sudah membimbing saya dengan teliti dan sabar.
4. Semua teman – teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu yang telah berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi ini.

Saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya. Akhir kata saya persembahkan skripsi ini untuk semua orang yang saya cintai. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang.

MOTTO

“Apapun masalahmu di perkuliahan, tuntaskan. Jangan berhenti di tengah jalan, sebab di ujung sana ada senyum orang tua yang menantimu wisuda”



KATA PENGANTAR

Puji Syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada mahluk-nya. Sholawat serta salam senantiasa dihadiahkan bagi baginda alam Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga. Alhamdulillah akhirnya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Produk, Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Di Toko Basmalah Tanggul”.

Dalam kesempatan ini, peneliti menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang tidak terhingga kepada:

1. Maheni Ika Sari, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis.
2. Achmad Hasan Hafidzi, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis.
3. Bapak Abadi Sanosra, Dr. SE, MM selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Ahmad Izzudin, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Seno Sumowo, SE, MM selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh *staff* pengajar/dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya *staff* Pengajar Jurusan Manajemen.
6. Orang tua dan saudara yang memberikan semangat dan do'anya.
7. Teman-teman seperjuangan S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember 2021.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun peneliti berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata peneliti mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua yang membacanya dan sebagai wahana menambah pengetahuan serta pemikiran. Semoga Allah SWT memberikan rahmat dan hidayahnya kepada kita semua Amin.

Jember, 1 November 2021



Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN	i
PENGESAHAN	iii
PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.2 <i>Marketing mix</i>	8
2.3 Bauran Pemasaran Barang	8
2.4 Bauran Pemasaran Jasa	9
2.5 Manajemen Pemasaran	10
2.6 Kualitas Layanan	12
2.7 Produk.....	13
2.8 Lokasi	14
2.9 Harga	14
2.10 Perilaku Konsumen	15
2.11 Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan.....	16
2.12 Keputusan Pembelian	17
2.13 Tinjauan Penelitian Terdahulu	17
2.14 Kerangka Konseptual	20
2.15 Hipotesis.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Identifikasi Variabel	22
3.2 Definisi Operasional Variabel	23
3.3 Desain Penelitian	27
3.4 Jenis Data.....	27
3.4.1 Data Primer.....	27
3.4.2 Data Sekunder	27
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	27
3.5.1 Populasi	27

3.5.2 Sampel	27
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel	28
3.6 Teknik Pengumpulan Data	29
3.7 Teknik Analisis Data	30
3.7.1 Uji Instrumen Data	30
3.7.2 Uji Validitas	30
3.7.3 Uji Reliabilitas.....	30
3.7.4 Uji Asumsi Klasik	31
3.7.5 Analisis Regresi Berganda	32
3.7.6 Uji Hipotesis (Uji T).....	32
3.7.7 Analisis Koefisien Determinasi	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	34
4.1.1 Sejarah Singkat Toko Basmalah.....	34
4.1.2 Visi dan Misi	35
4.1.3 Struktur Organisasi Toko Basmalah	36
4.1.4 Aspek Personalia	37
4.1.4.1 Jumlah Tenaga Kerja.....	37
4.1.4.2 Hari dan Jam Kerja.....	38
4.1.4.3 Sistem Upah	38
4.2 Penyajian Data	38
4.2.1 Statistik Deskriptif Responden	38
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	38
4.3 Hasil Penelitian dan Pembahasan	45
4.3.1 Hasil Penelitian	45
4.3.1.1 Pengujian Instrumen Data.....	45
4.3.1.2 Pengujian Asumsi Klasik	47
4.3.1.3 Analisis Regresi Linier Berganda	49
4.3.1.4 Pengujian Hipotesis.....	51
4.3.2 Pembahasan.....	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel

1.1 Tabel Frekuensi Pengunjung dan Frekuensi Transaksi	5
3.1 Definisi Operasional Variabel	23
4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
4.2 Responden Berdasarkan Usia	38
4.3 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Kualitas Layanan	39
4.4 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Produk	40
4.5 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Lokasi	41
4.6 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Harga	43
4.7 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	44
4.8 Hasil Pengujian Validitas	46
4.9 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	47
4.10 Hasil Uji Multikolinearitas	48
4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	49
4.12 Hasil Uji t	51
4.13 Hasil uji Koefisien Determinasi	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar

1.1 Jumlah Gerai Alfamart dan Indomaret (Januari – Juni 2018).....	4
2.1 Alur Keputusan Pembelian	16
2.2 Kerangka Konsep Pemikiran	20
4.1 Struktur Organisasi Toko Basmalah	36
4.2 Hasil Uji Normalitas	48
4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	49



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

Lampiran 1. Kuisisioner.....	61
Lampiran 2. Tabulasi Data Kuisisioner	66
Lampiran 3. Hasil Tanggapan Responden	73
Lampiran 4. Uji Validitas dan Uji Reabilitas	84
Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis	92
Lampiran 6. Dokumentasi.....	96

