

**PENGARUH LOKASI, PERSEPSI HARGA, DAN KEUNGGULAN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAJA RINGAN
PADA *LOYAL TRUSS* ROGOJAMPI, BANYUWANGI**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Oleh:

**Okta Putri Ekasari
NIM. 18.104.11.178**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
2022**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Okta Putri Ekasari
NIM : 1810411178
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga dan Keunggulan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Pada *Loyal Truss* Rogojampi, Banyuwangi adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi 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 di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 2022

Yang Men



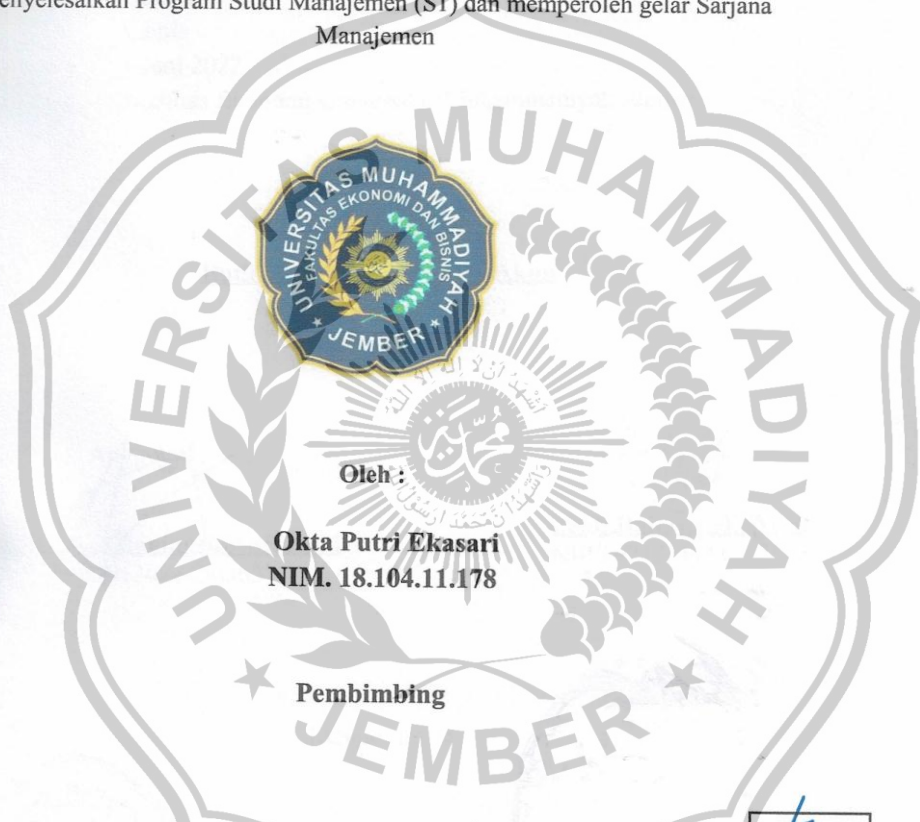
Okta Putri Ekasari
NIM. 1810411178



**PENGARUH LOKASI, PERSEPSI HARGA, DAN KEUNGGULAN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAJA RINGAN
PADA *LOYAL TRUSS* ROGOJAMPI, BANYUWANGI**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Oleh :

Okta Putri Ekasari
NIM. 18.104.11.178

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama

: Wahyu Eko Setianingsih SE., MM

A blue ink signature of Wahyu Eko Setianingsih SE., MM, enclosed in a rectangular box.

Dosen Pembimbing Pendamping

: Jekti Rahayu SE., M.Si

A blue ink signature of Jekti Rahayu SE., M.Si, enclosed in a rectangular box.

PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga, Dan Keunggulan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Pada *Loyal Truss* Rogojampi Banyuwangi telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Nama : Okta Putri Ekasari
NIM : 1810411178
Hari : Kamis
Tanggal : 2 Juni 2022
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

Budi Santoso SE..MM..M.Akun

NIP.19731100911139340

Anggota 1.

Wahyu Eko Setianingsing SE..MM

NIP.1979120811503633

Anggota 2.

Jekti Rahaya SE..M.Si

NIP.1972071111703793

Mengesahkan



Dekan

Maheni Ika Sari SE..MM

NIP.197708112005012001

Ketua Jurusan

Achmad Hasan Hafidzi SE.MM

NIP.1986051411703796

PERSEMBAHAN

Dengan ini saya persembahkan karya ini untuk ibu

Terimakasih atas sayang berlimpah dan mulai saya lahir, hingga saya sebesar ini serta limpahan doa yang tak berkesudahan. Lalu teruntuk ayah, terimakasih untuk perjuangan mu yang tak kenal lelah dan segala hal yang telah ayah lakukan, semua yang terbaik.

Terimakasih juga yang tak terhingga untuk para dosen pembimbing Bapak/Ibu yang dengan sabar membimbing saya, mendukung saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Ucapan terima kasih ini saya persembahkan juga untuk seluruh teman-teman saya di Fakultas Ekonomi Manajemen angkatan 2018, terimakasih atas tawa yang setiap hari tercipta dan solidaritas yang luar biasa. Sehingga masa kuliah selama 4 tahun ini cukup lebih berarti/



MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya”

(QS Al Baqarah: 286)

“Tidaklah mungkin bagi matahari mengejar bulan dan malam pun tidak dapat mendahului siang. Masing-masing beredar pada garis edarnya.”

(QS Yasin: 40)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Asy Syarh: 5)

Hanya ada dua pilihan untuk memenangkan kehidupan: keberanian, atau keikhlasan. Jika tidak berani, ikhlasilah menerimanya jika tidak ikhlas, beranilah mengubahnya.

(Lenang Manggala)



KATA PENGANTAR

Assalamu‘alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah Tuhan seru sekalian alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ”Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga, dan Keunggulan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Pada *Loyal Truss* Rogojampi, Baanyuwangi”.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Maheni Ika Sari, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- b. Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- c. Wahyu Eko Setianingsih, SE. MM, selaku dosen pembimbing I dan Jekti Rahayu, SE, M.Si, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
- d. Budi Santoso, SE., MM., M.Akun selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
- e. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
- f. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiannya yang tak terbatas. Terima kasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
- g. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.
- h. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2018 yang telah memberikan semangat dan dukungan.

- i. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember, 2022
Penyusun

Okta Putri Ekasari



DAFTAR ISI

PERNYATAAN	i
PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB 2	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran	9
2.1.2 Pemasaran.....	11
2.2 Lokasi.....	13
2.2.1 Pengertian Lokasi	13
2.2.2 Pemilihan Lokasi	14
2.2.3 Indikator Lokasi.....	15
2.3 Persepsi Harga	15
2.3.1 Pengertian Persepsi Harga	15
2.3.2 Dimensi Strategi Harga.....	15
2.3.3 Faktor Mempengaruhi Harga.....	16
2.3.4 Indikator Persepsi Harga.....	17
2.4 Keunggulan Produk	17
2.4.1 Produk.....	17
2.4.2 Keunggulan Produk	17
2.4.3 Tingkatan Produk.....	19
2.4.4 Indikator Keunggulan Produk.....	19
2.5 Keputusan Pembelian.....	19
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	19
2.5.2 Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	20

2.5.3	Proses Keputusan Pembelian	21
2.5.4	Indikator Keputusan Pembelian	22
2.6	Penelitian Terdahulu	23
2.7	Kerangka Konseptual	27
2.8	Hipotesis	27
2.8.1	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan pembelian.....	27
2.8.2	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	28
2.8.3	Pengaruh Keunggulan Produk Terhadap Keputusan Pembelian	28
BAB 3.	30
METODE PENELITIAN	30
3.1	Identifikasi Variabel.....	30
3.1.1	Variabel Independen.....	30
3.1.2	Variabel Dependen	30
3.2	Definisi Operasional Variabel.....	30
3.2.1	Lokasi (X1).....	30
3.2.2	Persepsi Harga (X2).....	30
3.2.3	Keunggulan Produk (X3).....	31
3.2.4	Keputusan Pembelian (Y).....	31
3.3	Desain Penelitian	31
3.4	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	32
3.4.1	Populasi	32
3.4.2	Sampel	32
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel	32
3.5	Jenis Data.....	33
3.5.1	Data Sekunder.....	33
3.5.2	Data Primer.....	33
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	34
3.7	Teknik Analisis Data.....	34
3.7.1	Statistik Deskriptif	34
3.7.2	Uji Instrumen Data	34
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	36
3.7.4	Analisis Regresi Linier Berganda	36
3.7.5	Uji Hipotesis	37
3.7.6	Koefisien Determinasi (R^2).....	37
BAB 4.	39
HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	39
4.1.1	Gambaran Umum Loyal Truss	39
4.1.2	Visi Misi Loyal Truss	39
4.1.3	Aspek Pemasaran.....	39
4.1.4	Aspek Sumber Daya Manusia	40
4.2	Hasil Analisis Data	41
4.2.1	Hasil Statistik Deskriptif Responden.....	41

4.2.2 Hasil Statistik Deskriptif Variabel.....	42
4.2.2.1 Lokasi (X1).....	42
4.2.2.2 Persepsi Harga (X2).....	43
4.2.2.3 Keunggulan Produk (X3).....	44
4.2.2.4 Keputusan Pembelian (X4).....	46
4.2.3 Hasil Uji Instrumen Data.....	48
4.2.3.1 Uji Validitas.....	48
4.2.3.2 Uji Reliabilitas.....	49
4.2.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	49
4.2.5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	51
4.2.6 Hasil Uji Hipotesis.....	53
4.2.7 Hasil Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	54
4.3 Pembahasan.....	54
4.3.1 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	54
4.3.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	55
4.3.3 Pengaruh Keunggulan Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	56
BAB 5.....	58
KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	59
Lampiran- Lampiran.....	63

DAFTAR TABEL

1.1 Toko Baja Ringan Area Rogojampi, Banyuwangi	4
1.2 Penjualan Baja Ringan <i>Loyal Truss</i> 2108-2020	5
2.1 Penelitian Terdahulu	23
4.1 Produk Loyal Truss	40
4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.3 Karakteristik Berdasarkan Umur	41
4.4 Karakteristik Berdasarkan Profesi	41
4.5 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Lokasi	42
4.6 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Persepsi Harga	43
4.7 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Keunggulan Produk	44
4.8 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	46
4.9 Hasil Uji Validitas	48
4.10 Hasil Uji Reliabilitas	49
4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	50
4.12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	52
4.13 Hasil Uji t	53
4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	54

DAFTAR GAMBAR

1.1 Target dan Penjualan Loyal Truss	26
2.2 Kerangka Konseptual.....	27
4.1 Hasil Uji Normalitas	50
4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	51



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian
2. Hasil Statistik Dekskriptif
3. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas
4. Hasil Uji Asumsi Klasik
5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda
6. Surat Keterangan Penelitian
7. Dokumentasi

