



**ANALISIS PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, HARGA, LOKASI, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Studi Kasus Pujasera Sunbersari Jember)

SKRIPSI

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

Oleh :

Ifan Handhoko
NIM. 131.041.1251

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
TAHUN 2017**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH KERAGAMAN PRODUK,
HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus
pada PUJASERA SUMBERSARI JEMBER)

Hari :

Tanggal :

Tempat Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

Drs. Akhmad Suharto, M.P
NIP. 89 06 242

Anggota 1

Seno Sumowo, SE, MM
NPK. 01 09 288

Dekan

Dr. Arik Susbiyani. M.Si
NIP. 01 09 289

Anggota 2

Budi Santoso, SE, MM
NPK. 10 03 711

Ketua Program Studi

Drs. Anwar, M.Sc
NPK. 85 03 125

Mengesahkan,

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan mengucap rasa syukur Alhamdulillah, penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat limpahan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada PUJASERA SUMBERSARI JEMEBR)**.

Maksud dan tujuan dari penulis skripsi ini untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan dalam bidang ilmu ekonomi Jurusan Akuntansi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati diperkenankan penulis menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada yang terhormat :

1. Dr. Arik Susbiyani, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Anwar, Drs.M.Sc selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Seno Sumowo, SE, MM selaku dosen pembimbing I dan Budi Santoso SE, MM selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran bantuan dan pengarahan hingga tersusun skripsi ini.
4. Akhmad Suharto, Drs. M.P selaku dosen penguji skripsi yang bersedia member saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh Staff Pengajaran / Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajaran Jurusan Manajemen
6. Pihak Fakultas Ekonomi
7. Semua pihak yang tidak dapat disebut satu-persatu, terima kasih bantuannya sampai terselasaikannya skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada para pembaca dan akan memberikan suatu sumbangsih bagi universitas muhammadiyah jember.

2017

Jember, 17 Mei

Penulis

IfanHandhoko

NIM 13.1041.1251

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB 1 : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian	10
1.3.1 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Pengertian Pemasaran	13
2.1.2 Keragaman Produk	14
2.1.3 Harga.....	16
2.1.4 Lokasi.....	19
2.1.5 Kualitas Pelayanan.....	22
2.1.6 Keputusan Pembelian	24
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	29
2.4 Hipotesis.	29
BAB 3 : METODE PENELITIAN	32

3.1 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	32
3.1.1 Identifikasi Variabel	32
3.1.2 Definisi Oprasional Variabel	32
3.2 Desain Penelitian	35
3.3 Jenis Data.....	35
3.4 Populasi dan Sempel.....	35
3.4.1 Populasi.....	35
3.4.2 Sampel	36
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	36
3.5 Identitas Dalam Data yang Diperlukan.....	37
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.7 Metode Analisis Data.....	38
3.7.1 Uji Analisis Data.....	40
3.7.2 Uji Regresi Linier Berganda	40
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	41
3.7.4 Uji Goodness of Fit (Uji F dan R^2)	42
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Sejarah Perusahaan	45
4.2 Data Pemakaian	45
4.2.1 Stuktur Organisasi.....	45
4.2.2 Jumlah Pengelola Pujasera.....	46
4.2.3 Tugas dan tanggung jawab	46
4.2.4 Tingkat Penjualan Pejasera Sumpersari Jember	47
4.3 Karakteristik Responden	48
4.4 Deskripsi Variabel Penelitian	49
4.4.1 Keragaman Produk	49
4.4.2 Harga.....	51
4.4.3 Lokasi.....	53
4.4.4 Kualitas Pelayanan.....	55
4.4.5 Keputusan Pembelian	57
4.5 Uji Instrumen Data.....	58
4.5.1 Uji Validitas.....	58

4.5.2 Uji Reliabilitas	60
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda	61
4.7 Uji Asumsi Klasik.....	62
4.7.1 Uji Multikolinieritas	62
4.7.2 Uji Heteroskedastisitas	64
4.7.3 Uji Normalitas.....	65
4.8 Pengujian Hipotesis	66
4.8.1 Uji F (Uji Simultan).....	66
4.8.2 Uji t (Uji Parsial).....	67
4.8.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	68
4.9 Pembahasan.....	69
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	
LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Pujasera di Daerah Sekitar Kampus Jember.....	6
Tabel 1.2 Data Penjual Manakan dan Minuman.....	6
Tabel 1.3 Data pengunjung pujasera sumbersari selama sebulan april	7
Tabel 1.4 Data Penjualan Pujasera Sumbersari Jember.....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 4.1 Jumlah Pengelola	46
Tabel 4.2 Data Penjualan setiap stand dalam sebulan	47
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan	49
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel <i>Product (X1.a)</i>	50
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel <i>Product (X2.b)</i>	50
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel <i>Product (X1.c)</i>	51
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel <i>Harga (X2.a)</i>	51
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel <i>Harga (X2.b)</i>	52
Tabel 4.11 Deskripsi Variabel <i>Harga (X2.c)</i>	53
Tabel 4.12 Deskripsi Variabel <i>Lokasi (X3.a)</i>	53
Tabel 4.13 Deskripsi Variabel <i>Lokasi (X3.b)</i>	54
Tabel 4.14 Deskripsi Variabel <i>Lokasi (X3.c)</i>	55
Tabel 4.15 Deskripsi Variabel <i>Kualitas Pelayanan (X4.a)</i>	55
Tabel 4.16 Deskripsi Variabel <i>Kualitas Pelayanan (X4.b)</i>	55
Tabel 4.17 Deskripsi Variabel <i>Kualitas Pelayanan (X4.c)</i>	56
Tabel 4.18 Deskripsi Variabel <i>Kualitas Pelayanan (Y.a)</i>	56
Tabel 4.19 Deskripsi Variabel <i>Kualitas Pelayanan (Y.b)</i>	57
Tabel 4.20 Deskripsi Variabel <i>Kualitas Pelayanan (Y.c)</i>	58
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas	59
Tabel 4.22 Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4.23 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
Tabel 4.24 Uji Multikolinieritas	62

Tabel 4.25 Uji Multikolinieritas	65
Tabel 4.26 Uji F (Uji Simultan).....	66
Tabel 4.27 Uji t (Uji Parsial).....	66
Tabel 4.30 Hasil Uji Koefisien Determinasi	67

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, J. 1996. “*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Warung lesehan di Jalan Protokol Yogyakarta*”. *Jurnal STIE Widya Wiwaha Kajian Bisnis*, No. 7, Hlm. 14-28. ALFABETA.
- Asep Hermawan. (2005). *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta : Gramedia Media Sarana Indonesia.
- Barry Render and Jay Heizer, *Prinsip-prinsip Manajemen Operasi*, PT. Salemba.
- Basu swastha. 2009. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta : BPFE.
- Bonaventura Efrian Antiyandika. 2012, *Analisis Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian* (Studi pada Wong Art Bakery & Café Semarang). *Sekripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Buchari Alma. 2007, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta. Emban Patria, Jakarta, 2001.
- Engel. James. F .Roger. D.Black Well And Paul. W. Miniard, 1995. *Perilaku Konsumen*. Jakarta.Bina Rupa Aksara.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gempur, Santoso, 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Gramedia.
- Ghozali, Imam, 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi Ketiga, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam, 2006. *Aplikai Analisis Multivarite dengan SPSS*, Cetakan Keempat, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hadi, Sutrisno, 2005, *Statistik Jilid 2*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Kotler, philip. 1996. *Marketing*. Jilid 1 (Edisi Bahasa Indonesia dari Marketing Essential). Diterjemahkan Oleh : Herujati Purwoto. Jakarta : Penerbit Erlangga.

- _____.1997, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian*, Jilid 2 Edisi Kedelapan, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- _____. 2000, *Manajemen Pemasaran*, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- _____. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran jilid 2 edisi 8*. Jakarta Erlangga.
- _____. 2003. Marketing Insights from A to Z : 80 *Konsep yang Harus Dimiliki oleh setiap Manajer*. Diterjemahkan Oleh : Anies Lastiati. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- _____. 2005. *Manajemen Pemasaran. Edisi kesebelas, jilid I. Alih Bahasa Benyamin Molan*; Editor: Yenna Waldemas Jakarta: indeks.
- _____. 2006. *Manajemen Pemasaran Edisi 11*. Jakarta: PT. Indeks.
- _____. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Erlangga. Jakarta.
- Lamb, Hair and Mcdaniel. 2001. *Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta; Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*, Edisi satu. Salemba Empat. Jakarta.
- _____. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Moh. Pabundu Tika. 2005. *Metode Penelitian Geografi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Murti Sumarni dan John Soeprihanto. 1995. *Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan*; 43.
- Nanang Tasunar. 2006. *Kualitas Layanan Sebagai Strategi Menciptakan Kepuasan pada Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Morodemak*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Vol. V No. 1 Mei 2006, hal 41-62.
- Novian Rezka M. (2011) *Analisis Pengaruh Harga, Motivasi Konsuen, dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian* (Studi pada pengunjung pujasera “Jaya Makmur” di Semarang). *Sekripsi*. Semarang: Uuniversitas Diponegoro Semarang.
- Nur Fajar Setianingsih. (2016). *Pengaruh Persepsi Harga, Keragaman Produk, dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian* (Studi pada konsumen Dunkin Donuts Ambarukmo Plaza Yogyakarta). *Sekripsi*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta:CV. Alfabeta.

———. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Supartono, Khuzaini, 2007. *Analisis Faktor-faktor Bauran Pemasaran Yang Dipertimbangkan Konsumen dalam keputusan Pembelian*, Jurnal ISSN 1829 – 9857.

Tjiptono, Fandy. 2000. *Service, Quality, and Satisfaction*. Yogyakarta:Andi Offset.

———. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Ofset. Yogyakarta.

———. 2008. *Strategi bisnis Pemasaran*. Yogyakarta.: Andi.

Uma Sekaran, 2009, *Research Methods for Business* : Metodologi Penelitian Bisnis. Edisi 4. Buku 1. Jakarta : Salemba Empat.

William, J.Stanton, 2004, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.

Diakses dari internet

<http://ejournal.undip.ac.id/>

<http://journal.uny.ac.id/index.php/>

<http://eprints.undip.ac.id/>

<https://pemasaranglobalm2b.wordpress.com/>