



**PENGARUH FAKTOR LOKASI, KELENGKAPAN PRODUK
DAN HARGA TERHADAP PEMBELIAN ULANG KONSUMEN
(Studi kasus Toko Grosir Sinar Madinah Jaya Kecamatan Klakah
Kabupaten Lumajang)**

SKRIPSI

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

Oleh :

**Muhammad Yusuf
Nim. 14.10.411.223**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2018**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Yusuf

NIM : 1410411223

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: Pengaruh Faktor Lokasi, Kelengkapan Produk dan Harga terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi kasus Toko Grosir Sinar Madinah Jaya Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang); 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, 1 Oktober 2018

Yang menyatakan,

Muhammad Yusuf

Nim 1410411223

SKRIPSI

PENGARUH FAKTOR LOKASI, KELENGKAPAN PRODUK DAN HARGA TERHADAP PEMBELIAN ULANG KONSUMEN (Studi kasus Toko Grosir Sinar Madinah Jaya Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang)



Oleh :

Muhammad Yusuf

Nim 141041123

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Drs. Muhamad Naely Azhad. M.Si

Dosen Pembimbing Pendamping : Jekti Rahayu S,E M.M

PENGESAHAN

Skripsi berjudul : Pengaruh Faktor Lokasi, Kelengkapan Produk dan Harga terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi kasus Toko Grosir Sinar Madinah Jaya Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang) telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari :

Tanggal :

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

Feti Fatimah, SE, M.M

NIK : 07 09 622

Anggota 1,

Anggota 2,

Drs. Muhamad Naely Azhad, M.Si

NIP : 196612311993031006

Jekti Rahayu SE, M.M

NPK : 15 09 646

Mengesahkan :

Dekan,

Ketua Program Studi,

Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si

NPK :01 09 289

Drs. Anwar, M.Sc

NPK : 85 03 125

MOTTO

Orang boleh salah, agar dengan demikian ia berpeluang menemukan kebenaran
dengan proses autentiknya sendiri

~Emha Ainun Najib~

“Yen kula mundur sebab ajrih kula kending di punwastani kirang dhateng gusti”

(Orang yang mundur dari sebuah pertempuran (perjalanan hidup) karena takut,
dapat dinilai orang yang kurang pasrah kepada tuhan)

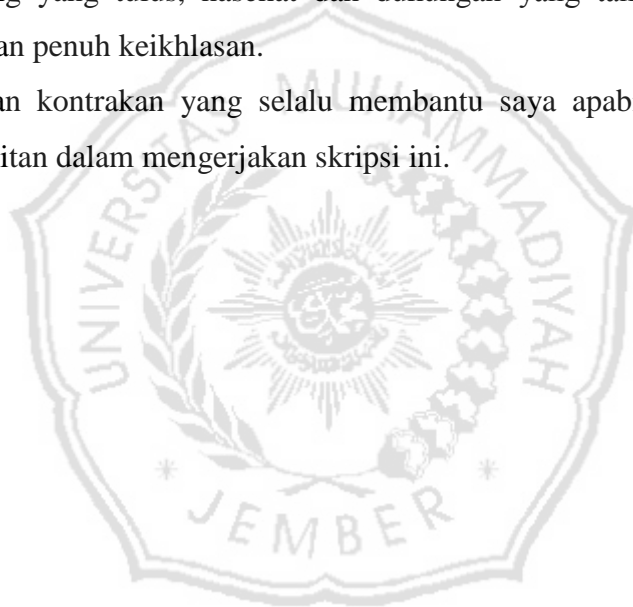
~R.M.P Sosrokartono~



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT atas segala karunia, Rahmat dan Hidayahnya yang sangat berlimpah serta kesempatan yang diberikan-nya kepadaku dengan segala kemudahan yang diberikan-Nya sehingga aku dapat menjalani semua ini dengan baik.
2. Orang tua tercinta, Tohir dan Amanah yang selalu memberikan kasih sayang yang tulus, nasehat dan dukungan yang tanpa henti serta do'a dengan penuh keikhlasan.
3. Teman kontrakan yang selalu membantu saya apabila saya mengalami kesulitan dalam mengerjakan skripsi ini.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah meridhoi dan mengaruniakan nikmat yang begitu banyak kepada kita semua sehingga terselesaikannya penyusunan skripsi ini yang berjudul : “Pengaruh Faktor Lokasi, Kelengkapan Produk dan Harga terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi kasus Toko Grosir Sinar Madinah Jaya Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang)”.

Dengan segenap upaya dan bantuan berbagai pihak maka terselesaikanlah skripsi ini. Oleh karena itu saya mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Arik Susbiyani, M.Si, selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Bapak Drs. Anwar, M.Sc, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Feti Fatimah S,E M.M Selaku dosen penguji yang bersedia memberikan saran bantuan dan pengarahan sehingga tersusunnya skripsi ini.
4. Bapak Drs. Muhamad Naely Azhad, M.Si. Selaku dosen pembimbing 1 dan ibu Jekti Rahayu M.Si Selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingannya dengan teliti dan sabar dengan memberikan segenap waktu, pemikiran dan nasehatnya yang bermanfaat.
5. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama masa kuliah.

Peneliti menyadari dalam penyelesaian skripsi ini tentunya ada beberapa ketidaksempurnaan di dalamnya, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki ataupun hal-hal lainnya. Oleh karena itu berbagai saran atau kritik untuk menyempurnakan skripsi ini sangat diperlukan untuk proses kedepannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti, pembaca dan almamater lainnya.

Jember, 1 Oktober 2018

Muhammad Yusuf

DAFTAR ISI

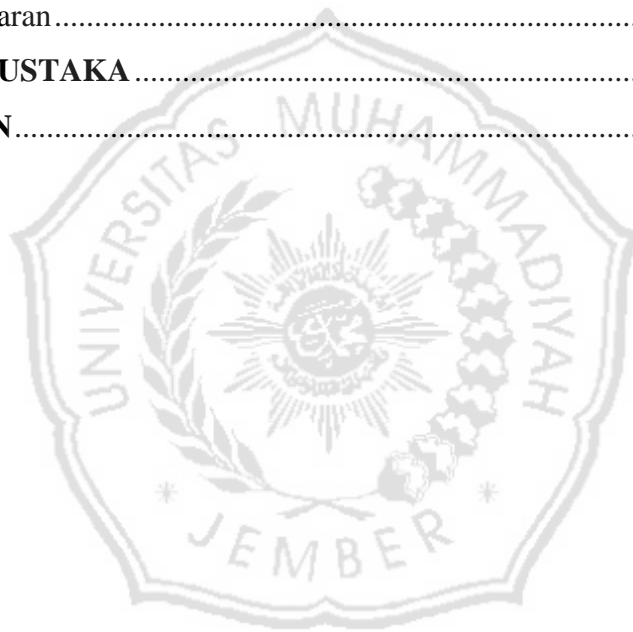
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pengertian Manajemen.....	7

2.1.1.1 Fungsi Manajemen.....	7
2.1.1.2 Manajemen Pemasaran	8
2.1.1.3 Pengertian Pemasaran	10
2.1.1.4 Konsep Pemasaran.....	11
2.1.2 Perilaku Konsumen	12
2.1.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	12
2.1.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	13
2.1.3.3 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	18
2.1.3 Lokasi.....	23
2.1.3.1 Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Tempat atau Lokasi.....	25
2.1.3.2 Syarat Lokasi	26
2.1.4 Kelengkapan Produk	26
2.1.5 Harga	28
2.1.5.1 Tujuan Penetapan Harga	29
2.1.5.2 Peran Harga	31
2.1.5.3 Indikator Harga.....	32
2.2 Penelitian Terdahulu	33
2.3 Kerangka Konseptual	34
2.4 Hipotesis.....	35

BAB 3 METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Desain Penelitian.....	38
3.2 Identifikasi Variabel	38
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	39
3.3.1 Lokasi	39
3.3.2 Kelengkapan Produk	40
3.3.3 Harga	40
3.3.4 Pembelian Ulang	40
3.4 Jenis Data	40
3.5 Populasi dan Sampel	41

3.6 Teknik Pengumpulan Data	42
3.7 Analisis Deskriptif Responden	43
3.8 Teknik Analisis Data	43
3.8.1 Uji Instrumen Data	43
3.8.1.1 Uji Validitas	44
3.8.1.2 Uji Reabilitas	44
3.8.2 Analisis Linier Berganda.....	45
3.8.5 Uji Asumsi Klasik	46
3.8.2.1 Uji Multikolinearitas	46
3.8.2.2 Uji Heterokedastisitas	46
3.8.2.3 Uji Normalitas	46
3.9 Uji Hipotesis.....	47
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	49
4.1.1 Sejarah Singkat Usaha.....	49
4.1.2 Stuktur Organisasi.....	49
4.1.3 Tenaga Kerja	49
4.1.4 Jam Kerja.....	50
4.1.5 Aspek Pemasaran	50
4.2 Hasil Analisis Data Responden Dan Variabel Penelitian.....	50
4.2.1 Diskripsi Statistik Responden	50
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian	52
4.3 Hasil Analisis Data	57
4.3.1. Uji Instrumen Data	57
4.3.1.1 Uji Validitas.....	57
4.3.1.2 Uji Reabilitas	59
4.3.2 Analisi Linier Berganda	59
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	61
4.3.3.1 Uji Normalitas	61
4.3.3.2 Uji Multikolinieritas	62

4.3.3.3 Uji Heterokedastisitas	63
4.3.3.4 Uji Linieritas	65
4.3.4 Uji Hipotesis.....	66
4.3.4.1 Uji T.....	66
4.3.5 Koefisien Determinasi.....	67
4.4 Pembahasan.....	68
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	71
3.1 Kesimpulan.....	71
3.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....



DAFTAR TABEL

1.1 Tabel Data Penjualan	4
4.1 Tabel Tenaga Kerja.....	49
4.2 Responden menurut usia	50
4.3 Responden menurut jenis kelamin	50
4.4 Responden menurut pekerjaan	51
4.5 Frekuensi pernyataan responden terhadap lokasi.....	52
4.6 Frekuensi pernyataan responden terhadap kelengkapan produk.....	53
4.7 Frekuensi pernyataan responden terhadap harga	54
4.8 Frekuensi pernyataan responden terhadap pembelian ulang.....	55
4.9 Hasil pengujian validitas	57
4.10 Hasil pengujian reliabilitas.....	58
4.11 Hasil analisis regresi linier berganda	59
4.12 Hasil uji multikolinearitas	62
4.13 Hasil uji heteroskedastisitas	64
4.14 Hasil uji linieritas	64
4.15 Hasil uji t.....	64
4.16 Hasil uji koefisien determinasi.....	67

DAFTAR GAMBAR

2.1 Proses keputusan pembelian	17
4.1 Struktur organisasi toko grosir Sinar Madinah Jaya	48
4.2 Hasil uji Normalitas	61
4.3 Hasil uji Heteroskedastisitas	63



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Kuesioner Penelitian

LAMPIRAN 2 : Data Jawaban Responden

LAMPIRAN 3 : Data Deskriptif Variabel Penelitian

LAMPIRAN 4 : Uji Validitas

LAMPIRAN 5 : Uji Reliabilitas

LAMPIRAN 6 : Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis

LAMPIRAN 7 : Tabel r

LAMPIRAN 8 : Tabel t

LAMPIRAN 9 : Dokumentasi



DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Edisi Revisi*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Ardhana O., 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan* (Studi Pada Bengkel Caesar Semarang). *Skripsi Universitas Diponegoro*
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ariska, Nola Dwi. 2017. *“Analisis Pengaruh Faktor Lokasi Kelengkapan Produk dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen Kober Mie Setan Jember”*. *Skripsi Universitas Muhammadiyah Jember*.
- Basrah, dan Samsul, A. 2012. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market. . Value added: Vol 3, No 1. Universitas Negeri Jakarta.
- Engel, B. D. 2015. *Perilaku konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ferdinand, A. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gilbert, David, 2003. *Retail marketing management* (2nd ed). England : Prentice hall
- Ghozali, I. 2006. *Statistik Nonparameric*. Semarang : UNDIP>
- Griffin, R. W. 2005. *Manajemen jilid 1* edisi 7. terjemahan. Jakarta: Erlangga
- Hendri, M. 2005. *Pemasaran rite*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hidayat. 2015. **Pengaruh kelengkapan produk, lokasi dan promosi terhadap keputusan Pembelian rokok Marlboro**. Semarang: Diponegoro *journal of social and poloticalof science*.
- Kanuk, S. D. 2007. *Perilaku konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. 2000. *Marketing Management Millenium Edition*. New Jersey: Prentice Hall. Inc. Alih Bahasa: Hendra Teguh, Ronny A. Rusly dan Benyamin Molon. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Penerbit Prenhallindo.
- Kotler, P, dan Armstrong, G. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi 8, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

- _____. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2009, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12, jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2011. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 10, Edisi International*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P dan Keller K. L. 2007. *Manajemen pemasaran Millenium Edition*. Penerjemah: Benyamin Molon. Edisi 12. Jakarta: PT. Indeks.
- Kuncoro, M. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik Edisi 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- _____. 2004. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat
- Lupiyoadi, R. dan Hamdani A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- _____. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Ketiga*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marno Nugroho dan Ratih Paramita. 2009. **Analisis Pengaruh Lokasi, Keanekaragaman Barang Terhadap Keputusan Berbelanja dan Loyalitas Konsumen di Carrefour Semarang.** *Jurnal EKOBIS vol. 2 no. 1. Universitas Islam Sultan Agung, Semarang.* jurnal.unissula.ac.id/index.php/ekobis/article/viewFile/483/393, diakses pada tanggal 20 november 2017.
- Nurhayati, dan Wahyu, W. M. 2012. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli ulang Masyarakat Terhadap Produk Handphone. Value added: Vol 8, No 2. Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Parasuraman, A., Zeithml V. A., dan Berry L. L. 1988. **SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality.** *Journal of Retailing. 64 (1): 12-40.* https://www.researchgate.net/profile/Valarie_Zeithaml/publication/225083802. Diakses pada tanggal 20 november 2017.
- Porter M. 1985. *Competitive Advantage*. New York: The Free Press.
- Rangkuti, F. 2002. *Measuring Customer Satisfaction*. Cetakan ketiga. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Soekadijo, R. G. 2000. *Anatomi Pariwisata*. Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- _____. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sunarto. 2006. *Pengantar Manajemen Pemasaran Cetakan 1*. Yogyakarta: Ust Press.
- Suparyanto. R. W. 2013. *Kewirausahaan : Konsep dan Realita pada Usaha Kecil Cetakan ke-2*. Bandung : Alfabeta.
- Supirman. 2016. *Pengaruh kelengkapan produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada eramart santosa samarinda*. Samarinda: fisip unmul.
- Swastha, B. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty.
- Tjiptono, F. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- _____. 2001. *Manajemen Jasa Edisi Kedua*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- _____. 2004. *Strategi Pemasaran Edisi Kedua*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono dan Chandra. 2005. *Service Quality and Satisfaction*. Edisi 2. Andi, Yogyakarta.
- Yulisetiari D., Subagio A., Paramu H., Irawan B., 2017. **Customer Repurchase Intention and Satisfaction in Online Shopping**. *International Bussines 11 Manajemen Medwell Journals*. 215-221. docsdrive.com/pdfs/medwelljournals/ibm/2017/215-221.pdf. Diakses pada tanggal 21 november 2017.
- Verdiansah. 2005. *Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Indeks.