

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, HARGA DAN
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
TEMPE AZZAHRA BOGOR**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ekonomi GICI

Oleh :

**DESTI YANI
NIM : 2412008482**



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2024**



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, HARGA DAN
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
TEMPE AZZAHRA BOGOR**

Oleh:

Nama : DESTI YANI
NIM : 2412008482
Program Studi : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 10 Agustus 2024

Dosen Pembimbing

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Eko Wahyu Widayat, S.Si., S.E., M.M

Drs. Henky Hendrawan, M.M., M.Si

Mengetahui,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, MS



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, HARGA DAN
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
TEMPE AZZAHRA BOGOR**

Oleh:

Nama : DESTI YANI
NIM : 2412008482
Program Studi : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada :

Hari : Sabtu
Tanggal : 10 Agustus 2024
Waktu : 08.00 – 09.20 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Altatit Dianawati, S.Si, MM (.....)

Anggota : Nurdin Rifa'i, SE., M.AP (.....)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, M.M., M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : DESTI YANI
NIM : 2412008482
Program Studi : Manajemen
Nomor KTP : 3201386911010001
Alamat : Kp. Bojong Koneng, RT.004 RW.002, Desa Ciherang
Pondok, Kecamatan Caringin, Kabupaten Bogor.

Dengan ini menyatakan bahwa

1. Skripsi ini yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Tempe Azzahra Bogor ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalimediakan atau mengalihformatkan, mengelola mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan tidak benar adanya.

Depok, 10 Agustus 2024

DESTI YANI
NIM. 2412008482

ABSTRAK

DESTI YANI. NIM 241200482. Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Tempe Azzahra Bogor.

Persaingan yang dihadapi oleh UMKM di Kabupaten Bogor yaitu bersaing dengan UMKM lainnya serta bersaing dengan usaha besar yang telah lebih dulu dipasarkan memiliki kepercayaan tersendiri di masyarakat. Terbilang banyak Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) khususnya di Kecamatan Cigombong yaitu usaha tempesalah satunya tempe Azzahra yang saling merancang strategi bersaing untuk memenangkan persaingan. Oleh sebab itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Tempe Azzahra Bogor.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Tempe Azzahra Bogor. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling*. Adapun sampel tersebut berjumlah 100 responden, dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 38,80% faktor-faktor keputusan pembelian Tempe Azzahra Bogor dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk, promosi, harga dan lokasi 61,20% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan uji F menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari Kualitas Produk, Promosi, Harga dan Lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Tempe Azzahra Bogor dengan hasil analisis nilai $F_{hitung} = 16,665 >$ dari $F_{tabel} 2,47$. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas produk menunjukkan hasil t_{hitung} (2,367), promosi (3,023), harga (3,004), lokasi (0,208), dimana t_{tabel} (1,984) maka secara parsial variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian Tempe Azzahra Bogor adalah promosi.

Kata kunci : kualitas produk, promosi, harga, lokasi, keputusan pembelian

ABSTRACT

DESTI YANI. NIM 241200482. *The Influence of Product Quality, Promotion, Price and Location on Purchasing Decisions for Tempe Azzahra Bogor.*

*The competition faced by MSMEs in Bogor Regency is competing with other MSMEs and competing with large businesses that have already established their own trust in the community. It can be said that there are many Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), especially in Cigombong District, namely tempeh businesses, one of which is Azzahra tempeh, which designs competitive strategies to win the competition. Therefore, the author is interested in conducting research with the title *The Influence of Product Quality, Promotion, Price and Location on Purchasing Decisions for Tempe Azzahra Bogor.**

The purpose of this research is to determine and analyze the influence of product quality, promotion, price and location on purchasing decisions for Tempe Azzahra Bogor. The type of research used is quantitative research with research methods in the form of data collection using questionnaires. The data analysis model used is multiple linear regression analysis. Sample selection was carried out by purposive sampling. The sample consisted of 100 respondents, using multiple linear regression analysis.

The results of the regression test show that 38.80% of the purchasing decision factors for Tempe Azzahra Bogor can be explained by the variables product quality, promotion, price and location, 61.20% are explained by other factors not examined in this research. Meanwhile, the F test shows that the independent variables consisting of Product Quality, Promotion, Price and Location simultaneously have a significant influence on purchasing decisions at Tempe Azzahra Bogor with the analysis results of the value $F_{count} = 16,665 >$ from $F_{table} 2.47$. The results of the t test show that the product quality variable shows the results of t_{count} (2.367), promotion (3.023), price (3.004), location (0.208), where t_{table} (1.984), then partially this variable has a significant effect on purchasing decisions. The dominant variable influencing purchasing decisions for Tempe Azzahra Bogor is promotion.

Keywords: *product quality, promotion, price, location, purchasing decisions*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua Nabi Muhamad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya dihari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Tempe Azzahra Bogor ini disusun guna memenuhi persyaratan akhir memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam Jurusan Manajemen Bisnis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis melihat fenomena masyarakat yang sering kali membeli produk tempe ditengah banyaknya produk tempe lainnya yang sedang berproduksi. Oleh karena itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui produk seperti apa yang diinginkan oleh masyarakat dimasa mendatang.

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyaknya pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang banyak kepada:

1. Bapak Mildy Rifa'i, S.E. selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Abdul Hamid, MS selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Bapak Drs. Henky Hendrawan, M.M., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Jurusan ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Bapak Eko Wahyu Widayat, S.Si, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi ini.
5. Para Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang khususnya Jurusan Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.

6. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
7. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2020 yang telah bersama-sama menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI dengan penuh suka cita.
8. Bapak Sunardi selaku pemilik produk tempe azzahra yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
9. Ibunda Elis Hindawati serta Ayahanda Saeban tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
10. Ludianthara Hendrawan dan keluarga yang telah menemani juga memberikan banyak dukungan kepada penulis untuk bisa terus mengejar impian.
11. Kepada Silvi Indriyani yang selalu mendoakan, membantu, dan senantiasa mendukung penulis selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini selesai.
12. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari para pembaca semuanya. Harapannya di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita selalu diberikan kesuksesan. Amin.

Depok, 10 Agustus 2024

DESTI YANI
NIM. 2412008482

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBARAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN SIDANG	ii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Pembatasan Masalah	5
1.4. Perumusan Masalah	5
1.5. Tujuan Penelitian	5
1.6. Manfaat Penelitian	6
1.7. Sistematika Penulisan	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.2. Kualitas Produk	8
2.1.3. Promosi.....	11
2.1.4. Harga	13
2.1.5. Lokasi	14
2.1.6. Keputusan Pembelian.....	15
2.2. Penelitian Terdahulu	18
2.3. Kerangka Konseptual	20
2.4. Hipotesis	22
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	23
3.2. Jenis dan Metode Penelitian	23
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian.....	24
3.3.1. Populasi	24
3.3.2. Sampel	24
3.4. Teknik Pengumpulan Data	25
3.5. Definisi Operasional Variabel	26
3.5.1. Variabel Bebas	26
3.5.2. Variabel Terikat	28
3.6. Teknik Analisis Data	30
3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran	31
3.6.2. Persamaan Regresi	32

3.6.3. Uji Kualitas Data	33
3.6.4. Uji Asumsi Klasik	34
3.6.5. Uji Hipotesis	35
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian.....	39
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	39
4.1.2. Visi Misi Perusahaan.....	39
4.1.3. Produk – Produk Tempe.....	40
4.1.4 Karakteristik Responden	42
4.1.5 Tanggapan Responden	45
4.1.6 Uji Kualitas Data	54
4.1.7 Hasil Uji Hipotesis	59
4.2. Pembahasan	63
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	67
5.2. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Kompetitor Unit Usaha	1
Tabel 1.2. Perbandingan Harga Tempe.....	3
Tabel 1.3. Hasil Penjualan Tempe Azzahra	4
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	23
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel.....	29
Tabel 3.3. Kategori Jawaban Responden	31
Tabel 3.4. Angka Penafsiran	31
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	43
Tabel 4.2. Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk	45
Tabel 4.3. Tanggapan Responden Variabel Promosi	47
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Harga	48
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Lokasi	50
Tabel 4.6. Tanggapan Responden Keputusan Pembelian	52
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	54
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Promosi	54
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Harga.....	55
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Lokasi.....	55
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	55
Tabel 4.12. Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.13. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	57
Tabel 4.14. Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance dan VIF)	58
Tabel 4.15. Hasil Uji Glesjser	59
Tabel 4.16. Hasil Uji Regresi Berganda.....	60
Tabel 4.17. Hasil Uji F	61
Tabel 4.18. Koefisien Determinasi	62
Tabel 4.19. Hasil Uji t.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Kecacatan Kualitas Produk	2
Gambar 1.2. Promosi Dimedia Sosial	2
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian	21
Gambar 4.1. Proses Perebusan Kedelai.....	40
Gambar 4.2. Proses Pendinginan Kedelai	40
Gambar 4.3. Proses Penggilingan Kedelai	41
Gambar 4.4. Proses Pencampuran Ragi	41
Gambar 4.5. Proses Pengemasan	41
Gambar 4.6. Proses Pengefresan	42
Gambar 4.7. Proses Pembentukan.....	42
Gambar 4.8. Penyimpan Tempe	42
Gambar 4.9. Hasil Uji Normalitas	57
Gambar 4.10. Hasil Uji Heteroskedastisitas	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian	71
Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian	72
Lampiran 2. Tabulasi Data	76
Lampiran 3. Hasil Output SPSS (Uji Validitas dan Reliabilitas)	78
Lampiran 4. Hasil Output SPSS (Asumsi Klasik dan Hipotesis)	83
Lampiran 5. Kartu Bimbingan	86
Lampiran 6. Hasil Turnitin.....	87
Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup.....	88
Lampiran 8. Tabel F.....	89
Lampiran 9. Tabel t	90