

**PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI TOKO SAUNG PRAMUKA
BANTEN**

SKRIPSI

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

Oleh:

**PIRMANSYAH
NIM: 2412008558**



GICI

**GICI BUSINESS SCHOOL
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI**

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



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI TOKO SAUNG PRAMUKA
BANTEN**

Oleh:

Nama : PIRMANSYAH
NIM : 2412008558
Program Studi : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 10 Agustus 2024

Dosen Pembimbing,

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Nuryani Susana, S.Pd, SH, MH

Drs. Henky Hendrawan, MM., MSi

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid. M.S



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI TOKO SAUNG PRAMUKA
BANTEN**

Oleh:

Nama : PIRMANSYAH
NIM : 2412008558
Program Studi : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Sabtu
Tanggal : 10 Agustus 2024
Waktu : 09.20 – 10.40 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Dr. Hanantyoko Dewanto, S.P., M.M (.....)

Anggota : Maya Andini K, SP., MM (.....)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, MM., MSi

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : PIRMANSYAH
NIM : 2412008558
Program Studi : Manajemen
Nomor KTP : 3602132612000002
Alamat : Kp. Maja Cicinta, RT/RW 001/001, Des. Maja, Kec. Maja,
Kab. Lebak, Prov. Banten

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Harga, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Saung Pramuka Banten ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Saya memberikan izin hak non-eksklusif tanpa royalti kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mendistribusikan, mengelola, dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet atau media lainnya demi kepentingan akademis, baik dengan maupun tanpa pengetahuan 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 ini tidak benar adanya.

Depok, 10 Agustus 2024

PIRMANSYAH

ABSTRAK

PIRMANSYAH. NIM 2412008558. Pengaruh Harga, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Saung Pramuka Banten

Peningkatan minat terhadap gerakan pramuka telah mendorong berkembangnya bisnis perlengkapan pramuka, termasuk Toko Saung Pramuka yang dikenal menyediakan produk berkualitas tinggi. Fokus utama toko ini adalah harga yang kompetitif, layanan berkualitas, dan lokasi strategis, menawarkan perlengkapan yang tahan lama dan aman. Pemilihan lokasi mencakup pertimbangan aksesibilitas, kedekatan dengan sekolah, kepadatan penduduk, persaingan, dan lingkungan. Dengan strategi ini, Toko Saung Pramuka berkontribusi signifikan terhadap gerakan pramuka dan memenuhi kebutuhan masyarakat yang terus meningkat.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Harga, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Saung Pramuka. Jenis penelitian yang berlandaskan (*filosofat positivisme*) yang mengutamakan (*empirisme*) dan dilakukan pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel acak (*random*) dan data dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian objektif. Analisis data bersifat kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun sampel tersebut berjumlah 100 responden.

Hasil uji Koefisiensi Determinasi nilai *Adjusted R square* menunjukkan bahwa 6,2% keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga, kualitas layanan, dan lokasi, sementara 93,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Uji F menunjukkan bahwa harga, kualitas layanan, dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai F_{hitung} (3,163) lebih besar dari F_{tabel} (2,700). Uji t menunjukkan variabel harga memiliki t_{hitung} (2,775) > dari t_{tabel} (1,980), sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Saung Pramuka. Sementara itu, kualitas layanan dan Lokasi tidak berpengaruh signifikan dengan t_{hitung} masing-masing (-1,680) dan (1,230). Harga merupakan variabel yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian di Toko Saung Pramuka.

Kata kunci : harga, kualitas layanan, lokasi, keputusan pembelian

ABSTRACT

PIRMANSYAH. NIM 2412008558. *The Influence of Price, Service Quality, and Location on Purchase Decisions at Saung Pramuka Store in Banten*

The increasing interest in the scouting movement has driven the growth of scout equipment businesses, including Saung Pramuka Store, known for providing high-quality products. The store's main focus is on competitive pricing, quality service, and strategic location, offering durable and safe equipment. Location selection considers accessibility, proximity to schools, population density, competition, and environment. With this strategy, Saung Pramuka Store significantly contributes to the scouting movement and meets the growing needs of the community.

The purpose of this study is to determine and analyze the influence of price, service quality, and location on purchase decisions at Saung Pramuka Store. This research is based on positivism philosophy, which emphasizes empiricism, and is conducted on a specific population or sample. Random sampling technique is used, and data is collected using objective research instruments. The data analysis is quantitative or statistical to test the established hypotheses. Multiple linear regression method is used to determine the influence of several independent variables on the dependent variable. The sample consists of 100 respondents.

The results of the Coefficient of Determination test, specifically the Adjusted R Square value, indicate that 6.2% of purchasing decisions are influenced by price, service quality, and location, while 93.8% are influenced by other factors that were not examined. The F-test indicates that price, service quality, and location collectively have a positive and significant impact on purchasing decisions, with the calculated F-value (3.163) being greater than the critical F-value (2.700). The t-test results show that the price variable has a calculated t-value (2.775) greater than the critical t-value (1.980), indicating a positive and significant effect on purchasing decisions at Saung Pramuka Store. Meanwhile, service quality and location do not have a significant effect, with calculated t-values of (-1.680) and (1.230), respectively. Price is the dominant variable influencing purchasing decisions at Saung Pramuka Store.

Keywords: price, service quality, location, purchase decision

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat, taufik, hidayah, serta inayah-Nya sehingga penelitian dan penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu. Shalawat serta salam penulis haturkan kepada junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul "Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Saung Pramuka Banten" disusun guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Pemilihan judul ini didasari oleh pentingnya Toko Saung Pramuka bagi komunitas Pramuka lokal. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi pemilik toko dan pemangku kepentingan lainnya untuk mengembangkan strategi bisnis yang lebih efektif.

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Maka dari itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang amat besar kepada:

1. Bapak Mildy Rifa'i, SE selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok atas usaha kerasnya 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, MM., MSi selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Prodi ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Ibu Novie Nostalgia A, SE., MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi.
5. Seluruh staf pengajar, termasuk para dosen yang terhormat dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, terutama di Program Studi Manajemen, telah memberikan pengajaran dengan penuh dedikasi dan ketekunan kepada penulis. Berkat bimbingan dan dukungan mereka, penulis berhasil meraih gelar Sarjana Ekonomi seperti yang dicapai saat ini.

6. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
7. Para teman seangkatan mahasiswa tahun 2020 yang telah menghabiskan masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh kebahagiaan.
8. Bapak Ridho Alamsyah selaku Pemilik Toko Saung Pramuka yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
9. Ayahanda Subana serta Ibunda Siti Soleha tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
10. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik 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 semua selalu diberikan kesuksesan. Amiin.

Depok, 10 Agustus 2024
Penulis,

PIRMANSYAH
NIM: 2412008558

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN SIDANG	iii
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	Error! Bookmark not defined.
1.2. Identifikasi Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3. Pembatasan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.4. Perumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.5. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.6. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.7. Sistematika Penulisan	Error! Bookmark not defined.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
2.1.1. Harga	Error! Bookmark not defined.
2.1.2. Kualitas Layanan.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3. Lokasi	Error! Bookmark not defined.
2.1.4. Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.2. Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.3. Kerangka Konseptual.....	Error! Bookmark not defined.
2.4. Hipotesis	Error! Bookmark not defined.

BAB III.	METODOLOGI PENELITIAN
3.1.	Tempat dan Waktu Penelitian..... Error! Bookmark not defined.
3.2.	Jenis Penelitian Error! Bookmark not defined.
3.3.	Populasi dan Sampel Penelitian..... Error! Bookmark not defined.
3.3.1.	Populasi Error! Bookmark not defined.
3.3.2.	Sampel..... Error! Bookmark not defined.
3.4.	Teknik Pengumpulan Data Error! Bookmark not defined.
3.5.	Definisi Operasional Variabel Error! Bookmark not defined.
3.5.1.	Variabel Bebas Error! Bookmark not defined.
3.5.2.	Variabel Terikat..... Error! Bookmark not defined.
3.6.	Teknik Analisis Data Error! Bookmark not defined.
3.6.1.	Skala dan Angka Penafsiran..... Error! Bookmark not defined.
3.6.2.	Persamaan Regresi Error! Bookmark not defined.
3.6.3.	Uji Kualitas Data..... Error! Bookmark not defined.
3.6.4.	Uji Asumsi Klasik Error! Bookmark not defined.
3.6.5.	Uji Hipotesis..... Error! Bookmark not defined.
BAB IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN
4.1.	Hasil Penelitian..... Error! Bookmark not defined.
4.1.1.	Gambaran Umum Perusahaan Error! Bookmark not defined.
4.1.2.	Karakteristik Responden Error! Bookmark not defined.
4.1.3.	Tanggapan Responden Error! Bookmark not defined.
4.1.4.	Hasil Uji Kualitas Data Error! Bookmark not defined.
4.1.5.	Hasil Uji Asumsi Klasik..... Error! Bookmark not defined.
4.1.6.	Hasil Uji Hipotesis Error! Bookmark not defined.

4.2. Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	Error!
.....	r! Bookmark not defined.
5.1. Simpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2. Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error!
.....	r! Bookmark not defined.
LAMPIRAN	Error!
.....	r! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Penjualan Tahun 2020 s/d 2023	2
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	19
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel.....	25
Tabel 3.3. Angka Penafsiran	26
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	35
Tabel 4.2. Tanggapan Responden Atas Variabel Harga	37
Tabel 4.3. Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Layanan	38
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Atas Variabel Lokasi	39
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Atas Variabel Keputusan Pembelian.....	41
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Variabel Harga	43
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan.....	43
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi	44
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	44
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.11. Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance dan VIF)	47
Tabel 4.12. Hasil Uji Regresi Berganda	48
Tabel 4.13. Hasil Uji F	49
Tabel 4.14. Koefisien Determinasi.....	50
Tabel 4.15. Hasil Uji t (Uji Parsial)	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Diagram Penjualan Tahun 2020 s/d 2023	2
Gambar 2.1. Model Perilaku Pembeli	12
Gambar 2.2. Proses Pembelian Pelanggan Model Lima Tahap	13
Gambar 2.3. Tahap Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian	14
Gambar 2.4. Kerangka Konseptual Penelitian	17
Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas	46
Gambar 4.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Pendekatan Grafik	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian	58
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	59
Lampiran 3. Tabulasi Data.....	62
Lampiran 4. Hasil Output SPSS.....	63
Lampiran 5. Kartu Bimbingan	70
Lampiran 6. Tabel r, F dan T	71
Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup.....	76