

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
UMKM DONAT ABDI**

SKRIPSI

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

Oleh :

**HANA ALVINA
NIM : 2412008275**



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2023**



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
UMKM DONAT ABDI**

Oleh :

Nama : HANA ALVINA
NIM : 2412008275
Program Studi : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 12 Agustus 2024

Dosen Pembimbing,

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Eko Wahyu Widayat, S.Si.,SE.,MM

Drs. Henky Hendrawan, MM., M.Si

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
UMKM DONAT ABDI**

Oleh :

Nama : HANA ALVINA
NIM : 2412008275
Program Studi : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada :

Hari : Senin
Tanggal : 12 Agustus 2024
Waktu : 14.20 – 15.40

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Ir.Muhammad Masyhuri, PhD, MBA (.....)

Anggota : Husen Sutisna, SP, M.Si (... ..)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, MM., M.Si

ABSTRAK

HANA ALVINA. NIM 2412008275. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian UMKM Donat Abdi

Permasalahan dalam penelitian ini yaitu kurangnya minat beli pada penjualan donat abdi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan lokasi secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada UMKM Donat Abdi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian UMKM Donat Abdi. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuosioner. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan sampel Lameshow dengan 100 responden yaitu pelanggan Donat Abdi.

Hasil Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*) menunjukkan bahwa 78,40% faktor pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan lokasi, sedangkan sisanya 21,60% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini. Hasil Uji F menunjukkan secara simultan variabel kualitas produk, harga, promosi dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai F hitung (90,668) > dari F tabel (2,47). Untuk uji t (parsial) variabel Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Donat abdi dengan nilai t hitung (14,333). Variabel kualitas produk, harga dan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Donat Abdi.

Kata Kunci : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

ABSTRACT

HANA ALVINA. NIM 2412008275. *The Influence of Product Quality, Price, Promotion and Location on the Purchasing of Donat Abdi*

The problem in this research is the lack of buying interest in selling Abdi's donuts. This research aims to determine the influence of product quality, price, promotion and location on purchasing decisions to determine the influence of product quality, price, promotion and location simultaneously or together on purchasing decisions at Donat Abdi.

The aim of this research is to determine and analyze the influence of product quality, price, promotion and location on purchasing decisions for Donut Abdi. The type of research used is a research method in the form of data collection using questionnaires. Sample selection was carried out using the Lameshow sample with 100 respondents, namely Donat Abdi customers.

The results of the Coefficient of Determination (Adjusted R Square) show that 78.40% of factors influence product quality, price, promotion and location, while the remaining 21.60% is explained by other factors not examined in this research. The results of the F test show that simultaneously the variables product quality, price, promotion and location have a significant effect on purchasing decisions with a calculated F value of (90.668) > from F table (2.47). For the t test (partial), the Promotion variable has a significant effect on Donat abdi purchasing decision with a calculated t value of (14.333). The variables product quality, price and location do not have a significant effect on Donat abdi purchasing decision.

Keywords : Effect of Product Quality, Price, Promotion and Location on Purchasing Decisions

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : HANA ALVINA
NIM : 2412008275
Jurusan : Manajemen
Nomor KTP : 3202334708010003
Alamat : Warung Pari RT 01/01 No. 29, Kelurahan Pamoyanan, Kecamatan Bogor Selatan, Kota Bogor

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Donat Abdi ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan izin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihinformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan 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 ini tidak benar adanya.

Depok, 12 Agustus 2024

Materai
Rp. 10.000

HANA ALVINA

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat Rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya. Sholawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya dihari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Donat Abdi ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis melihat fenomena masyarakat dan tingkat daya beli masyarakat untuk melakukan pembelian di berbagai UMKM. Oleh sebab itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui bauran pemasaran seperti apa yang diinginkan masyarakat/konsumen..

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang 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, S.Pd., M.M., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Prodi ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Bapak Eko Wahyu Widayat, S.Si., S.E., M.M sebagai pembimbing Skripsi yang dengan sabar memberikan bimbingan, arahan dan masukan kepada penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi dengan nilai *cumlaude*.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Program Studi Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan 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 penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
8. Ayahanda Moch. Agus Hans Suherman dan Ibunda Nursilah tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
9. Adik tercinta Shiva Ratu Auliya yang selalu menjadi penyemangat, dukungan, motivasi juga waktunya untuk membantu kelancaran penulis.
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, 12 Agustus 2024
Penulis,

HANA ALVINA
NIM : 2412008275

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN SIDANG	iii
ABSTRAK	iv
ABSTARCT	v
PERNYATAAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	3
1.3. Pembatasan Masalah	3
1.4. Perumusan Masalah	3
1.5. Tujuan Penelitian	4
1.6. Manfaat Penelitian	4
1.7. Sistematika Penulisan	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Landasan Teori.....	6
2.1.1. Kualitas Produk.....	6
2.1.2. Harga.....	7
2.1.3. Promosi	8
2.1.4. Lokasi.....	9
2.1.5. Keputusan Pembelian	10
2.2. Penelitian Terdahulu	11
2.3. Kerangka Berfikir	13
2.4. Hipotesis	15
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	16
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	16
3.2. Jenis dan Metode Penelitian.....	16
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	17
3.3.1. Populasi.....	17
3.3.2. Sampel	17
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	18
3.5. Definisi Operasional Produksi	18
3.5.1. Variabel Bebas	18
3.5.2. Variabel Terikat	21
3.6. Teknik Analisis Data.....	24
3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran.....	24
3.6.2. Persamaan Regresi	25
3.6.3. Uji Kualitas Data.....	26
3.6.4. Uji Asumsi Klasik.....	28
3.6.5. Uji Hipotesis	30

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
4.1. Hasil Penelitian	33
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	33
4.1.2. Karakteristik Responden.....	34
4.1.3. Tanggapan Responden	36
1. Kualitas Produk (X1).....	36
2. Harga (X2).....	39
3. Promosi (X3)	41
4. Lokasi (X4).....	42
5. Keputusan Pembelian (Y)	43
4.1.4. Hasil Uji Kualitas Data	44
1. Uji Validitas.....	45
2. Uji Reabilitas	47
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Data Klasik.....	47
1. Uji Normalitas	48
2. Uji Multikolinieritas	49
3. Uji Heteroskedastisitas	49
4.1.6. Hasil Uji Hipotesis.....	50
1. Persamaan Regresi Linier Berganda	50
2. Hasil Uji F (Simultan)	51
3. Koefisien Determinasi	52
4. Hasil Uji t (Parsial).....	53
5. Pengaruh Dominan	54
4.2. Pembahasan.....	54
 BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	 60
5.1. Simpulan	60
5.2. Saran	60
 DAFTAR PUSTAKA	 62
LAMPIRAN.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Produk Donat Abdi	2
Tabel 1.2. Penjualan Donat abdi.....	2
Tabel 1.3. Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian	16
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel.....	22
Tabel 3.3. Angka Penafsiran.....	25
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	34
Tabel 4.2. Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Produk	37
Tabel 4.3. Tanggapan Responden Atas Variabel Harga	39
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Atas Variabel Promosi.....	41
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Atas Variabel Lokasi	42
Tabel 4.6. Tanggapan Responden Atas Variabel Keputusan Pembelian	44
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	45
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Harga	46
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	46
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi	47
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	47
Tabel 4.12. Hasil Uji Reabilitas	48
Tabel 4.13. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov.....	49
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance dan VIF)	50
Tabel 4.15. Hasil Uji Regresi Berganda	52
Tabel 4.16. Hasil Uji F	53
Tabel 4.17. Koefisien Determinasi	53
Tabel 4.18. Hasil Uji t (Uji Parsial).....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir Penelitian.....	14
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	49
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Pendekatan Grafik	50

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian.....	64
Lampiran 2 Kuosioner Penelitian.....	68
Lampiran 3. Tabulasi Penelitian.....	69
Lampiran 4. Hasil Output SPSS (Uji Validitas dan Uji Reabilitas).....	70
Lampiran 5. Hasil Output SPSS (Uji Asumsi Klasik).....	75
Lampiran 6. Tabel F.....	79
Lampiran 7. Tabel t.....	80
Lampiran 8. Hasil Turnitin (plagiarism).....	81
Lampiran 9. Daftar Riwayat Hidup.....	82