

**PENGARUH LOKASI, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING**

IRDAM ELBA SEPTIAN  
8215132788



Proposal Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2021**

**THE INFLUENCE OF LOCATION, PRICE AND PROMOTION  
TO PURCHASE DECISIONS WITH INTEREST IN BUYING  
AS INTERVENING VARIABLES**

IRDAM ELBA SEPTIAN  
8215132788



Thesis Proposal Submitted to Meet One of the Requirements to Obtain a  
Bachelor's Degree in Management on the Faculty of Economics,  
Jakarta State University

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2021**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisa pengaruh lokasi, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening pada CV Restu Ibu Utama. Menggunakan data primer yang dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner sedangkan data sekunder dikumpulkan melalui jurnal, buku, dan publikasi lainnya. Responden adalah pelanggan-pelanggan yang sudah pernah membeli atau memesan produk pada CV Resti Ibu Utama . Metode sampling yang digunakan adalah sampel dengan Ukuran sampel 5 kali jumlah 46 indikator menjadi sebanyak 230 responden .Metode analisa yang digunakan adalah SEM (Structural Equation Modeling) dengan program Lisrel 8,70. Hasil dari penelitian kuantitatif ini menunjukkan dari 7 hipotesis 6 diterima dan 1 ditolak yaitu lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-value  $2,18 > 1,96$ , lokasi tidak berpengaruh terhadap minat beli dengan nilai t-value  $0,53 < 1,96$ , harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai t-value  $3,32 > 1,96$ , harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-value  $7,96 > 1,96$ , promosi berpengaruh signifikan terhadap minta beli dengan t-value  $7,63 > 1,96$ , promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-value  $4,43 > 1,96$ , minat beli berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-value  $4,24 > 1,96$ .

Kata kunci: lokasi, harga, promosi minta beli dan keputusan pembelian

## ABSTRACT

*This study aims to examine and analyze the effect of location, price and promotion on purchasing decisions with purchase intention as an intervening variable in CV. Restu Ibu Utama. Primary data is collected using a questionnaire while secondary data is collected through journals, books and other publications. Respondents are customers who have bought or ordered products at CV Resti Ibu Utama. The sampling method used was a sample with a sample size of 5 times the number of 46 indicators to 230 respondents. The analysis method used was SEM (Structural Equation Modeling) with the Lisrel 8.70 program. The results of this quantitative research show that from 7 hypotheses 6 are accepted and 1 is rejected, namely location has a significant effect on purchasing decisions with a t-value of  $2.18 > 1.96$ , location has no effect on purchase intention with a t-value of  $0.53 < 1.96$  prices have a significant effect on buying interest with a t-value of  $3.32 > 1.96$ , prices have a significant effect on purchasing decisions with a t-value of  $7.96 > 1.96$ , a promotion has a significant effect on asking to buy with a t-value of  $7.63 > 1.96$  promotion has a significant effect on purchasing decisions with a t-value of  $4.43 > 1.96$ . Purchase intention has a significant effect on purchasing decisions with a t-value of  $4.24 > 1.96$*

*Keywords: location, price, promotion, purchase intention and purchase decision*

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PenanggungJawab  
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd  
NIP. 197207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>M. Edo Surwawan Siregar,</u> <u>S.E., M.B.A.</u> NIP. 197201252002121002 (Ketua)		25 Februari 2021
2.	<u>Ika Febrilia S.E. M.M</u> NIP. 198702092015042001 (Sekretaris)		24 Februari 2021
3.	<u>Usep Suhud, M.Si., Ph.D</u> NIP. 197002122008121001 (Penguji Ahli)		25 Februari 2021
4.	<u>Dr. Mohamad Rizan M.M</u> NIP. 197206272006041001 (Pembimbing 1)		24 Februari 2021
5.	<u>Rahmi, S.E. M.S.M.</u> NIP. 198305012018032001 (Pembimbing 2)		24 Februari 2021

Nama : Irdam Elba Septian  
No. Registrasi : 8215132788  
Program Studi : SI Manajemen  
Tanggal Lulus

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12  
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta, maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Februari 2021  
Yang membuat pernyataan



Irdam Elba Septian  
No. Reg. 8215132788



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Irdam Elba Septian  
NIM : 8215132788  
Fakultas/Prodi : Ekonomi/S1 Manajemen  
Alamat email : irdamelba@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi  Tesis  Disertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Lokasi, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta

Penulis

  
( Irdam Elba Septian )  
nama dan tanda tangan

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena hanya dengan rahmat, karunia, dan pertolongan-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh Lokasi, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variable Intervening.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan, kritik dan saran serta motivasi selama penyusunan tugas akhir ini, baik secara materil maupun non materil. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak, terutama kepada:

1. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Suherman, M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Mohamad Rizan, M.M. sebagai Pembimbing Pertama, atas segala perhatian, petunjuk, dan pengarahan yang diberikan dalam penulisan skripsi.
4. Rahmi, SE., M.S.M. sebagai Pembimbing Kedua, atas segala segala perhatian, petunjuk, dan pengarahan yang diberikan dalam penulisan skripsi.



5. Dosen-dosen Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta atas ilmu dan pengarahan yang telah diberikan kepada peneliti, serta staf Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu proses administrasi dan pemberkasan
6. Orang tua dan keluarga besar yang senantiasa memberikan dukungan dan bantuan sejak awal penulisan hingga skripsi ini selesai

Peneliti menyadari penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan yang peneliti miliki. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan peneliti selanjutnya yang akan meneliti hal serupa.

Jakarta, 17 Februari 2020

Irdam Elba Septian

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iv
<b>SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b><u>BAB I PENDAHULUAN</u></b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat penelitian .....	11
<b><u>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</u></b>	
A. Keputusan Pembelian .....	13
1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	13
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen .....	17
3. Dimensi Keputusan Pembelian .....	20
B. Lokasi .....	25
1. Pengertian Lokasi .....	25
2. Pemilihan Lokasi .....	27
3. Dimensi Lokasi .....	27
C. Harga .....	29
1. Pengertian Harga .....	29
2. Strategi Penyesuaian Harga .....	30
3. Dimensi Harga .....	31

D. Promosi.....	32
1. Pengertian Promosi.....	32
2. Dimensi Promosi.....	32
E. Minat Beli.....	37
1. Pengertian Minat Beli.....	37
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli.....	40
F. Penelitian Terdahulu.....	41
G. Kerangka Berfikir.....	47
H. Hipotesis.....	49

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Ruang Lingkup Penelitian.....	51
1. Tempat Penelitian.....	51
2. Waktu Penelitian.....	52
3. Jenis Penelitian.....	52
B. Populasi dan Sampel.....	52
1. Populasi.....	52
2. Sampel.....	53
3. Teknik Penelitian Ukuran Sampel.....	53
C. Metode Pengumpulan Data.....	55
1. Data Primer.....	56
2. Data Sekunder.....	57
D. Operasional Variabel Penelitian.....	58
1. Variabel Independen atau Bebas (X1, X2 dan X3).....	59
a. Lokasi.....	59
b. Harga.....	59
c. Promosi.....	60
2. Variabel Dependen atau Terikat (Z).....	60
3. Variabel Intervening (Y).....	60
E. Metode Analisis Data.....	64
1. Analisis Deskriptif.....	64

2. Teknik Analisis Data .....	66
3. Spesifikasi Model .....	67
4. Identifikasi Model.....	69
5. Estimasi Model .....	70
6. Evaluasi Model .....	71

#### **BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Karakteristik Responden.....	81
1. Jenis kelamin .....	81
2. Umur.....	82
3. Pekerjaan .....	82
B. Analisa Data.....	93
1. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Lokasi (LK) .....	93
2. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Harga (HG) .....	95
3. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Promosi (PR) .....	96
4. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Keputusan Pembelian (KP).....	97
5. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Minat Beli (MB) .....	99
C. Uji Persyaratan Statistik.....	100
D. Pengujian Hipotesis .....	103
E. Analisa Hipotesis .....	105

#### **BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN**

A. Kesimpulan.....	107
B. Implikasi Teoritis .....	109
C. Saran untuk CV Restu Ibu.....	111
D. Saran untuk Peneliti Berikutnya.....	112

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>113</b>
-----------------------------	------------

#### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Penjualan Percetakan CV. Restu Ibu Utama .....	4
Tabel 1.2	Daftar Keluhan Konsumen CV Restu Ibu Utama .....	5
Tabel 1.3	Daftar Harga Tahun 2015-2018 .....	6
Tabel 1.4	Promosi yang Dilakukan pada Tahun 2015-2018 .....	7
Tabel 1.5	Pra Survei Minat Beli Pelanggan CV. Restu Ibu Utama.....	8
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	41
Tabel 3.1	Operasional Variabel Penelitian.....	61
Tabel 3.2	Skala Nilai Alternatif Jawaban Kuesioner .....	65
Tabel 3.3	Kriteria Rentang Skala Variabel .....	66
Tabel 3.4	Pedoman Jumlah Sampel CB-SEM.....	71
Tabel 3.5	Ringkasan Rule of Thumb Uji Validitas dan Uji Realiabilitas .....	73
Tabel 3.6	Ringkasan <i>Goodness of Fit</i> .....	79
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden .....	82
Tabel 4.2	Umur Responden.....	82
Tabel 4.3	Pekerjaan Responden .....	83
Tabel 4.4	Penilaian Responden Pada Variabel lokasi .....	83
Tabel 4.5	Penilaian Responden Pada Variabel Harga.....	85
Tabel 4.6	Penilaian Responden Pada Variabel Promosi .....	86
Tabel 4.7	Penilaian Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian.....	89
Tabel 4.8	Penilaian Responden Pada Variabel Minat Beli .....	91
Tabel 4.9	Tabel Loading factor Lokasi .....	94
Tabel 4.10	<i>Loading factor</i> Harga .....	96
Tabel 4.11	Loading Factor Promosi.....	97
Tabel 4.12	Loading Factor Keputusan Pembelian .....	98
Tabel 4.13	Loading Factor Minat Beli .....	100
Tabel 4.14	<i>Goodness Of Fit</i> .....	102
Tabel 4.15	Uji T (t-Value).....	104

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Dimensi Lokasi .....	14
Gambar 2.2 Dimensi Harga .....	15
Gambar 2.3 Dimensi Promosi .....	26
Gambar 2.4 Dimensi Keputusan Pembelian .....	29
Gambar 2.5 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen .....	34
Gambar 2.6 Dimensi Minat Beli .....	41
Gambar 2.7 Kerangka Berpikir .....	49
Gambar 3.1 Jenis dan Sumber data .....	58
Gambar 3.2 Tahapan Analisis Menggunakan CB-SEM .....	67
Gambar 3.3 Konseptual Full Model.....	69
Gambar 4.1 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Lokasi.....	94
Gambar 4.2 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Harga .....	95
Gambar 4.3 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Promosi.....	96
Gambar 4.4 CFA Variabel Keputusan Pembelian(KP).....	98
Gambar 4.5 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Minat Beli(MB).....	99
Gambar 4.6 Uji Statistik.....	101
Gambar 4.7 CFA Full Model SEM <i>T-Values</i> .....	103