

**PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI PADA SWALAYAN SURYA PUSAT PONOROGO)**



**Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat  
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo**

**Nama : Mahmudah Sugiharti  
NIM : 10412516  
Jurusan : Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2014**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian  
Nama : Mahmudah Sugiharti  
NIM : 10412516  
Program Studi : Manajemen

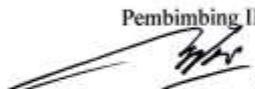
Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan  
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 07 Februari 2014

Pembimbing I

  
(Drs. Setyo Adji, MM)  
NIK 19520510 1986601 11

Pembimbing II

  
(Edi Santoso, SE, MM)  
NIK 19740311 200103 12

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

  
(Titi Rapini, SE, MM)  
NIK 19630505 199001 11

Dosen Penguji :

  
(Drs. H. Setyo Adji, MM)  
NIK 19520510 198601 11

  
(Dra. Umi Farida, MM)  
NIK 19610110 199112 13

  
(Hadi Sumarsono, SE, MSi)  
NIK 19760508 200501 11

## RINGKASAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang paling mempengaruhi dalam keputusan pembelian yaitu, harga dan lokasi dalam memutuskan pembelian di Swalayan Surya Pusat Ponorogo, dan menganalisis faktor manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para konsumen Swalayan Surya Pusat Ponorogo dengan jumlah 108 responden dengan menggunakan teknik Non-Probability Sampling dengan pendekatan Accidental Sampling, yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan siapa saja yang ditemui secara kebetulan sebagai sampel. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu analisis regresi berganda. Analisis ini meliputi: uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji f dan determinasi ( $R^2$ ).

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 14,446 - 0,287 X_1 + 0,356 X_2.$$

Maksud dari persamaan tersebut adalah, (a) pada saat variabel Harga dan lokasi tidak ada atau dalam keadaan konstan, maka Keputusan Pembelian sebesar 14,446. (b) apabila variabel harga naik satu satuan, maka keputusan pembelian akan turun sebesar 0,287, dimana faktor lainnya dalam keadaan konstan. (c) apabila variabel lokasi naik satu satuan, maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,356, dimana faktor lainnya dalam keadaan konstan.

Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan nilai *adjusted R square* pada tabel model summary adalah 0,304. Hal ini berarti 30,4 % keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh harga dan lokasi. Sedangkan sisanya yaitu 69,6 % keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil dari perhitungan uji t diketahui variabel harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian di Swalayan Surya Pusat Ponorogo, ini dibuktikan

dengan  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel. Sedangkan variabel lokasi berpengaruh positif, ini dibuktikan dengan  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel. Hasil  $F$  hitung sebesar 24,414 dan  $F$  tabel sebesar 8,58. Sehingga  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel, yang berarti variabel harga dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.



## KATA PENGANTAR

Assalamu'laikum.wr.wb

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik, serta hidayahnya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Swalayan Surya Pusat Ponorogo)“. terselesainya penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan beberapa pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Titi Rapini, SE. MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Bapak Hadi Sumarsono, SE. MSi selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Bapak Drs. H. Setyo Adji MM selaku Dosen pembimbing I dan Bapak Edi Santoso, SE. MM selaku Dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, dorongan dan saran dengan penuh tanggung jawab sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tanpa ada halangan suatu apapun
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini
5. Semua pihak dari PT DAYA SURYA SEJAHTERA dan SWALAYAN SURYA PUSAT PONOROGO yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi ini
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Dengan tangan terbuka, penulis selalu mengharap saran dan kritik demi kebaikan dan kesempurnaan skripsi ini.

Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya.

Ponorogo, 10 Maret 2014

Penulis

**Mahmudah Sugiharti**

**NIM : 10412516**



## . HALAMAN MOTTO

Dari Ibu kita belajar mengasihi  
Dari Ayah kita belajar tanggung jawab  
Dari Sahabat dan Teman kita belajar memahami  
Dan Dari Allah SWT kita belajar cinta kasih yang tulus.

Hargailah cita-cita dan impianmu  
Karena dua hal itu adalah anak jiwamu,  
Usaha seseorang bukanlah apa yang mereka dapatkan dari usahanya  
Melsinkan perubahan dari akibat usahanya itu,  
Karena dunia masa depan adalah milik orang yang memiliki visi hari ini.



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik, serta hidayahnya kepadaku, suatu nikmat yang tak tergantikan saya masih diberi kesempatan untuk memberi kabar bahagia ini kepada :

1. Untuk Bapak (Kasanan) dan Ibu (Musyarofah) tersayang, tanpa lelah kalian telah membesarkanku dengan ketulusan dan cinta kasih yang tak akan mungkin terbeli dengan apapun, hanya ucapan terima kasih sebesar- besarnya yang mampu aku ucapkan, buat do'a yang terus engkau panjatkan buatku dan dukungannya baik moril maupun materiil. Sehingga aku bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Buat Embah Kakung dan Putri, terima kasih selama ini telah merawatku menggantikan peran Bapak dan Ibu. Aku belum bisa membalas apa yang telah kalian berikan padaku, hanya ucapan terima kasih sebesar-besarnya yang aku bisa kasih untuk kalian untuk saat ini, semoga ada saatnya nanti aku bisa membalas kalian.amin..
3. Buat sahabat terdekatku (Oktavia Andriani) dan (Yulaiq'ok Puspitasari), terima kasih telah memberikanku dukungan dan do'a agar skripsi ini bisa diselesaikan dengan lancar.
4. Buat sahabatku di kelas Manajemen A (Nunung Islamiati) dan (Rohma Maulida), terima kasih telah menjadi sahabatku selama ini dan terima kasih juga telah membantuku untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Buat sahabat-sahabatku di kelas Manajemen A, terima kasih untuk kalian semua, selama ini kalian telah memberikan semangat baru buatku. Semoga kita tetap bisa bersahabat walaupun kita nanti mempunyai kehidupan baru sendiri-sendiri. Dan aku juga minta maaf apabila aku ada salah sama kalian.
6. Buat sahabat dan adik-adikku di mushola putri An-Nisa', terima kasih telah mendoakanku agar skripsi ini cepat terselesaikan dengan lancar.

7. Buat sahabat dan teman-temanku yang tidak bisa aku sebutkan satu persatu, terima kasih sudah menjadi penyemangat buatku sehingga akhirnya skripsi ini bisa aku selesaikan.

Sekali lagi terima kasih buat semuanya.....!!!!



## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Ringkasan .....	iii
Kata Pengantar.....	v
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian .....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar.....	xiii
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	5
1.3. Batasan Masalah .....	5
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1.Tujuan Penelitian .....	6
1.4.2.Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1.Pengertian Pemasaran .....	8
2.1.2. Strategi Pemasaran.....	10
2.1.3. Bauran Pemasaran.....	11
2.1.3.1. Harga.....	11
2.1.3.2. Lokasi.....	14

2.1.4. Perilaku Konsumen.....	16
2.1.4.1. Faktor Eksternal.....	17
2.1.4.2. Faktor Internal.....	19
2.1.5. Keputusan Pembelian.....	20
2.1.6. Penelitian Terdahulu .....	23
2.1.7. Kerangka Pemikiran .....	25
2.1.8. Hipotesis.....	25
<b>BAB III. METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Ruang Lingkup Penelitian .....	27
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian .....	27
3.2.1. Populasi .....	27
3.2.2. Sampel .....	28
3.3. Metode Pengambilan Data.....	28
3.3.1. Data Primer.....	28
3.3.2. Data Sekunder .....	30
3.4. Definisi Operasional dan Variabel.....	30
3.4.1. Devinisi Operasional .....	30
3.4.1.1. Variabel Terikat .....	30
3.4.1.2. Variabel Bebas .....	31
3.5. Metode Analisa Data .....	32
3.5.1. Uji Validitas .....	33
3.5.2. Uji Reliabilitas .....	33
3.5.3. Analisis Regresi Linier Berganda .....	34

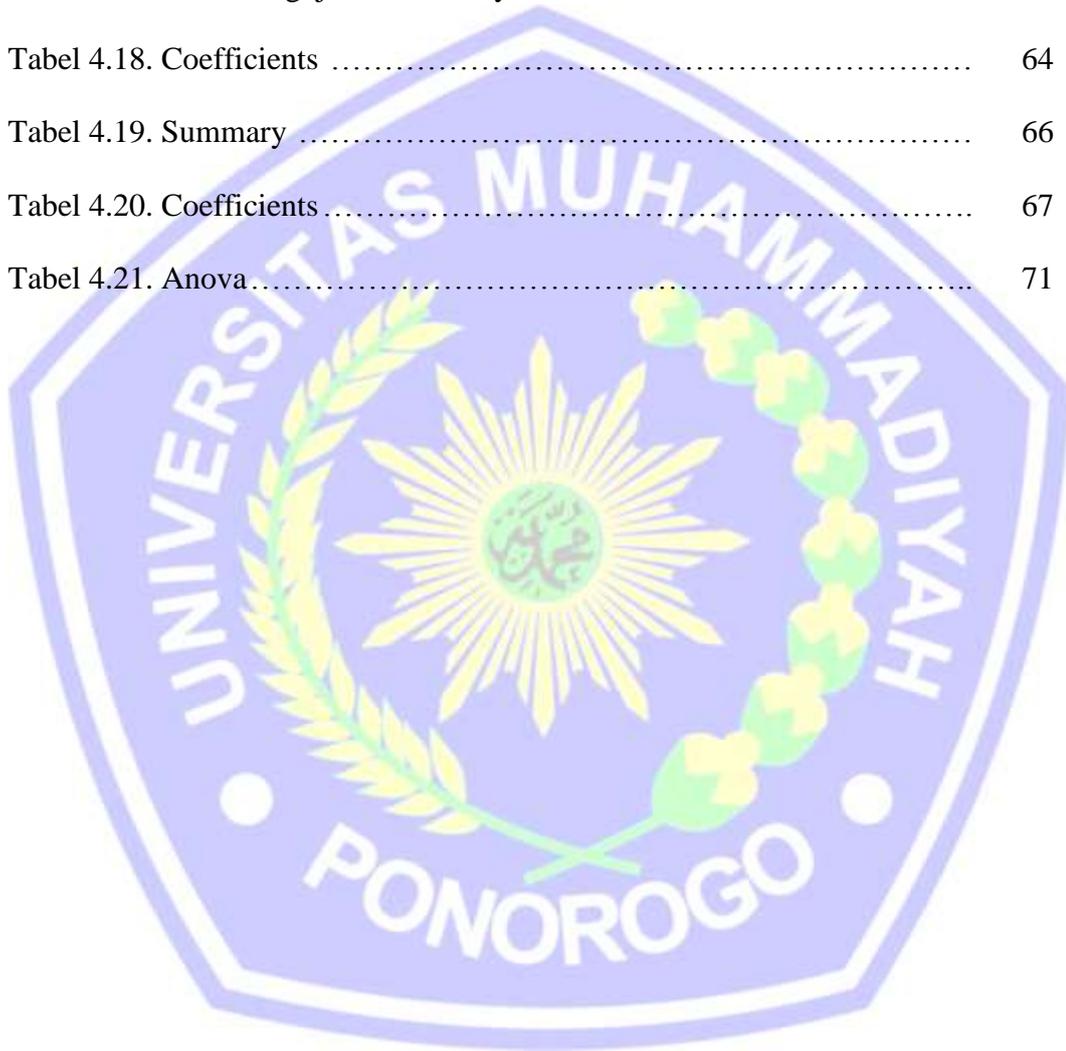
3.5.4. Metode Koefisien Determinasi .....	35
3.6. Melakukan Pengujian Hipotesis.....	36
3.6.1. Uji T .....	36
3.6.2. Uji F .....	37
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	40
4.1.1. Sejarah Perusahaan.....	40
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan .....	41
4.1.2.1. Visi Perusahaan .....	41
4.1.2.2. Misi Perusahaan.....	41
4.1.3. Bidang Usaha.....	42
4.1.3.1. Surya Supermarket .....	42
4.1.3.2. Surya Grosir .....	43
4.1.3.3. Surya Distributor .....	44
4.2. Hasil Penelitian.....	45
4.2.1. Deskripsi Variabel .....	48
4.2.1.1. Deskripsi Variabel Harga (X1).....	48
4.2.1.2. Deskripsi Variabel Lokasi (X2) .....	53
4.2.1.3. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y) ...	57
4.3. Pembahasan.....	61
4.3.1. Analisis Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	61
4.3.1.1. Analisis Uji Validitas .....	61
4.3.1.2. Analisis Uji Reabilitas .....	63

4.3.2. Analisis Regresi Linier Berganda .....	64
4.3.3. Analisis Koefisien Determinasi .....	65
4.3.4. Pengujian Hipotesis .....	66
4.3.4.1. Uji T .....	66
4.3.4.2. Uji F .....	70
4.4. Pembahasan .....	72
4.4.1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian ...	72
4.4.2. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian ...	73
<b>BAB V. PENUTUP</b>	
5.1. Kesimpulan .....	74
5.2. Saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

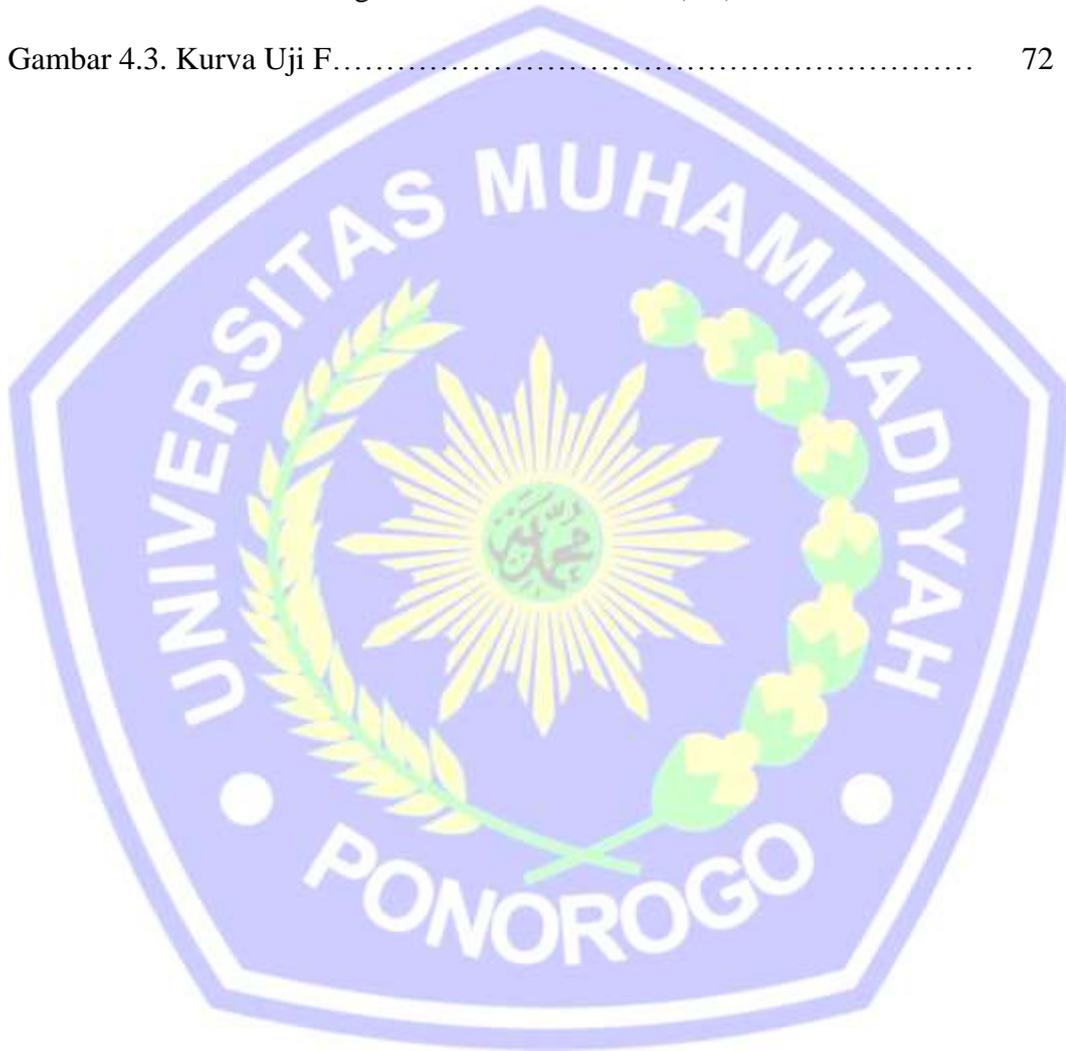
Tabel 4.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Mengenai Harga Sesuai dengan Kualitas Produk ( XI.1 ).....	49
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Mengenai Harga Sesuai dengan Ukuran Kemasan (X1.2).....	50
Tabel 4.6. Tanggapan Responden Mengenai Harga Bersaing dengan Swalayan Lain (X1.3).....	51
Tabel 4.7. Tanggapan Responden Mengenai Harga Sesuai dengan Keinginan (X1.4).....	52
Tabel 4.8. Tanggapan Responden Mengenai Akses Menuju Lokasi Mudah dan Cepat ( X2.1 ).....	53
Tabel 4.9. Tanggapan Responden Mengenai Tempat Parkir Aman ( X2.2 ).	54
Tabel 4.10. Tanggapan Responden Tentang Lingkungan di Sekitar Mendukung ( X2.3 ) .....	55
Tabel 4.11. Tanggapan Responden tentang Tata Letak Rak Strategis ( X2.4 )	56
Tabel 4.12. Tanggapan Responden yang Sudah Yakin dengan Produk yang Berada di SWALAYAN SURYA ( Y.1 ) .....	57
Tabel 4.13. Tanggapan Responden Mengenai Berbelanja di SWALAYAN SURYA Karena Sesuai dengan Kebutuhan ( Y.2 ).....	58
Tabel 4.14. Tanggapan Responden Mengenai Berbelanja di SWALAYAN	

SURYA Karena Ingin Membeli disini ( Y.3 ).....	59
Tabel 4.15. Tangapan Responden Mengenai Berbelanja di SWALAYAN	
SURYA Ada yang Mempengaruhi (Y.4) .....	60
Tabel 4.16. Hasil Pengujian Validitas.....	62
Tabel 4.17. Hasil Pengujian Reliability .....	63
Tabel 4.18. Coefficients .....	64
Tabel 4.19. Summary .....	66
Tabel 4.20. Coefficients.....	67
Tabel 4.21. Anova.....	71



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Tahap-tahap pengambilan keputusan pembelian .....	21
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran .....	25
Gambar 4.1. Kurva t Hitung untuk Variabel Harga ( $X_1$ ).....	68
Gambar 4.2. Kurva t Hitung untuk Variable Lokasi ( $X_2$ ) .....	70
Gambar 4.3. Kurva Uji F.....	72



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Pada masa sekarang ini, pola hidup masyarakat semakin maju. Ilmu pengetahuan dan teknologi berkembang begitu pesat sesuai dengan perkembangan zaman. Pengaruh perkembangan tersebut sangat nyata, misalnya terciptanya fasilitas-fasilitas yang memudahkan kegiatan masyarakat sesuai dengan kemajuan teknologi tersebut.

Salah satu dampak dari perkembangan teknologi tersebut adalah pada bidang pemasaran, yaitu semakin maraknya pasar swalayan ataupun supermarket, pusat perbelanjaan yang semakin banyak menawarkan kemudahan, keamanan dan kenyamanan bagi konsumen, untuk memenuhi kebutuhan hidupnya secara mudah dan efisien. Dengan banyaknya pusat perbelanjaan yang didirikan maka persaingan antar pusat perbelanjaan semakin tinggi, yang menyebabkan anggota masyarakat atau konsumen ingin dilayani lebih baik lagi, sesuai dengan apa yang diinginkan untuk memenuhi kebutuhan lainnya. Swalayan sendiri memiliki arti, yaitu sebuah sistem pelayanan dimana pembeli melayani diri sendiri karena perusahaan tidak menyediakan pramuniaga.

Persaingan bisnis menuntut perusahaan harus mampu bersikap dan bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan di lingkungan bisnis yang bergerak sangat dinamis dan penuh dengan ketidakpastian.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, suatu perusahaan perlu memahami perilaku konsumen agar perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Pemahaman tentang perilaku konsumen itu mempunyai arti penting karena

sesungguhnya semua kegiatan perusahaan ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

Perusahaan retail tentunya sadar bahwa dalam era globalisasi, pemasaran merupakan kunci dan faktor penting untuk mencapai sukses. Pemasaran memusatkan perhatian pada konsumen karena dengan tercapainya kebutuhan dan kepuasan konsumen akan memberikan keuntungan yang layak dalam jangka panjang dan perusahaan tersebut juga akan semakin dikenal oleh konsumen sebagai perusahaan yang mampu memberikan kesan baik bagi konsumen.

Pada saat ini konsumen lebih memilih toko yang bersistem swalayan daripada pasar-pasar tradisional karena tempatnya yang lebih nyaman dan barang-barangnya lebih lengkap dan juga bisa bebas memilih sendiri barang yang diinginkan.

Ponorogo memiliki masyarakat yang banyak ragam kelas sosial, agama, latar belakang pendidikan, pekerjaan dan pendapatannya, sehingga dalam menghadapi kondisinya ini akan terdapat banyak sekali jawaban yang tentu saja berbeda antara satu dengan yang lain tergantung pada faktor kebutuhan. Manusia akan tetap berusaha membeli kebutuhan hidupnya walaupun dengan penurunan daya beli. Suasana pasar akan sulit di tinggalkan oleh konsumen, karena pasar merupakan tempat untuk melakukan jual beli barang, baik kebutuhan pokok maupun kebutuhan lainnya. Dengan adanya pasar, konsumen bisa membeli atau berbelanja sesuai barang-barang yang dibutuhkan.

Di Ponorogo sendiri sudah banyak berdiri toko-toko yang menerapkan sistem swalayan. Faktor-faktor penting yang dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi masing-masing toko berbeda. Bagi suatu toko dengan menerapkan sistem swalayan, yang terpenting adalah dekat dengan konsumen atau bisa juga berada di tengah kota. Organisasi lain mungkin menemukan bahwa faktor yang paling penting dalam memilih

lokasi adalah dimana tersedia tenaga kerja yang memenuhi kebutuhan organisasi, ataupun biaya transportasi yang murah bagi para konsumen untuk menjangkau lokasi. Jadi, alasan utama terjadinya perbedaan dalam pemilihan lokasi adalah adanya perbedaan kebutuhan masing-masing organisasi, salah satunya adalah swalayan tersebut.

Dalam proses penentuan dimana seorang akan berbelanja akan terlihat bahwa faktor lokasi dan harga akan ikut menentukan. Keputusan berbelanja biasanya memerlukan pertimbangan yang benar-benar mendukung dan dapat menguntungkan pembeli seperti faktor lokasi dan harga. Para pembeli cenderung akan memilih berbelanja pada swalayan yang memiliki lokasi yang strategis atau mudah dijangkau oleh konsumen dan dengan harga yang cenderung lebih murah.

Lokasi yang mudah dijangkau atau yang berada di tengah keramaian akan membuat konsumen merasa bahwa mereka telah diperhatikan, apalagi jika dekat dengan fasilitas-fasilitas yang mendukung lainnya seperti, tempat ibadah, ATM, rumah makan, dll. Disamping itu, konsumen sekarang ini membutuhkan tempat perbelanjaan yang mempunyai barang-barang yang lengkap di dalamnya agar mereka tidak perlu lagi pergi ke toko yang lain untuk memperoleh barang lainnya.

Harga yang ditawarkan oleh sebuah toko juga sangat mempengaruhi konsumen dalam menentukan apakah mereka tertarik atau tidak, karena harga merupakan hal yang paling sensitif bagi konsumen. Mahal atau tidaknya harga di sebuah toko tersebut bisa di nilai sendiri oleh para konsumen karena kebutuhan dari konsumen itu berbeda-beda. Akan tetapi konsumen cenderung lebih tertarik kepada harga yang relative murah dari swalayan lain.

Perkembangan pertokoan di Ponorogo semakin pesat dan setiap pertokoan saling berlomba menawarkan keunggulan yang terbaik untuk menarik konsumen. SURYA

atau lebih di kenal dengan SWALAYAN SURYA merupakan salah satu contoh dari sekian banyak toko yang menerapkan sistem swalayan dan juga melakukan seperti fungsi di atas bagi para konsumennya. Meskipun banyak swalayan yang bertebaran di Ponorogo seperti Ponorogo Permai, Luwes, Amako, Indomart, Alfamart, Intimart, dan yang lain, Swalayan Surya tetap menjadi pilihan sebagian besar masyarakat Ponorogo. Barang yang dijual di SWALAYAN SURYA merupakan barang kebutuhan sehari-hari dan beraneka ragam dan sifatnya terus menerus. Minat dari konsumen kepada SWALAYAN SURYA terlihat dari banyaknya pengunjung yang berbelanja di SWALAYAN SURYA.

Saya tertarik meneliti di SWALAYAN SURYA karena dari sekian banyak swalayan di Ponorogo yang menawarkan harga bersaing dan lokasi yang berada di tengah kota (mendekatkan kepada konsumen), akan tetapi konsumen tetap menjadikan SWALAYAN SURYA sebagai tujuan utama mereka dalam berbelanja. Dari latar belakang yang telah dikemukakan diatas maka penulis melakukan penelitian dengan judul "PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ( STUDI PADA SWALAYAN SURYA PUSAT PONOROGO )".

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, masalah yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah “ faktor-faktor apa sajakah yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian di SWALAYAN SURYA?” Dari masalah penelitian tersebut dirumuskan pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut :

- a. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di SWALAYAN SURYA?
- b. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di SWALAYAN SURYA?

- c. Dari variabel-variabel tersebut, manakah yang paling dominan terhadap keputusan pembelian di SWALAYAN SURYA?

### **1.3. Batasan Masalah**

Mengingat permasalahan yang ada sangat luas dan supaya nantinya penulisan laporan penelitian ini akan lebih terarah maka penulis melakukan pembatasan masalah.

Batasan masalahnya adalah :

1. Permasalahan yang di bahas adalah tentang pemasaran dan mengarah kepada perilaku konsumen di khususnya tentang marketing mix.
2. Hubungan antara harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di SWALAYAN SURYA.

### **1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis :

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di SWALAYAN SURYA.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis lokasi terhadap keputusan pembelian di SWALAYAN SURYA.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis variabel yang paling dominan terhadap keputusan pembelian di SWALAYAN SURYA.

#### **1.4.2. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak terkait, yaitu :

a. Bagi Perusahaan

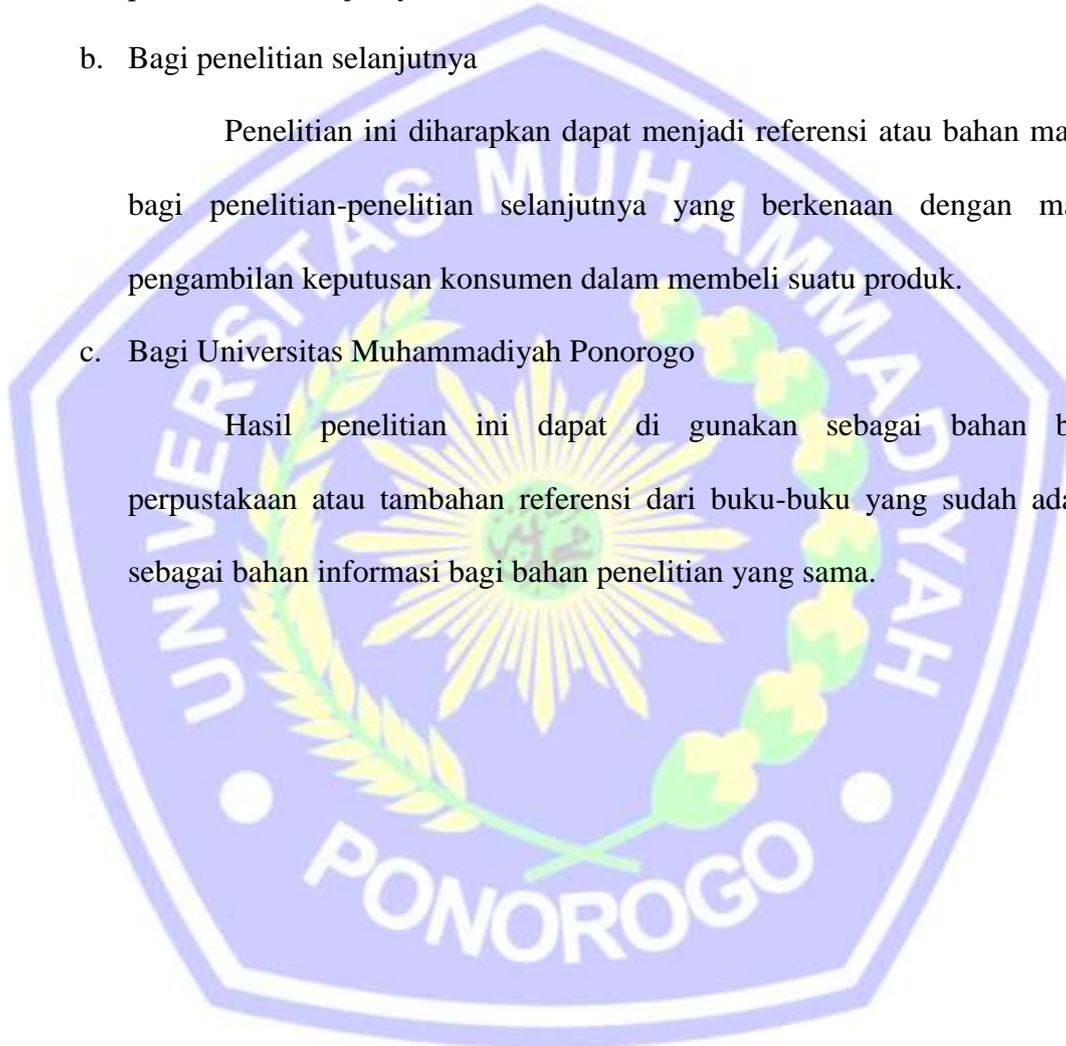
Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pedoman mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan kebijakan perusahaan selanjutnya.

b. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan masukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkenaan dengan masalah pengambilan keputusan konsumen dalam membeli suatu produk.

c. Bagi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Hasil penelitian ini dapat di gunakan sebagai bahan bacaan perpustakaan atau tambahan referensi dari buku-buku yang sudah ada, dan sebagai bahan informasi bagi bahan penelitian yang sama.



## Daftar Pustaka

- Arikunto, 2009, Pengertian Sampel [http:// iyosrosmana. wordpress.com /2009/06/19/populasi-dan-sampel/](http://iyosrosmana.wordpress.com/2009/06/19/populasi-dan-sampel/) diakses pada 2 Februari 2014
- Cristyawati, 2012, **Pengertian Perilaku Konsumen** [Http://Cristyawati.blogspot.com/2012/11/1.pengertian-perilaku-konsumen.html](http://Cristyawati.blogspot.com/2012/11/1.pengertian-perilaku-konsumen.html), diakses 25 september 2013.
- Ghanimata, Fifyanita, 2012, **Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)**, dalam <http://www.google.com>, diakses pada 27 september 2013
- Ghazali, Rizwar. M, 2010, **Analisis Pengaruh Lokasi, Promosi dan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian**, dalam <http://www.google.com>, diakses pada 24 september 2013
- Ginting, Nembah F Hartimbul, 2011, **Manajemen Pemasaran**, CV YRAMA WIDYA, Margahayu Permai, Bandung
- John C. Mowen & Michael Minor, 2002, **Perilaku Konsumen**, edisi kelima, Erlangga, Jakarta.
- Komalasari, Fitri, 2011, **Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Nokia Eseries**, dalam <http://www.google.com>, diakses pada 24 september 2013
- Kutner, Nachtsheim dan Neter, 2004, **Pengertian Regresi Linier Berganda** <http://datamfr.files.wordpress.com/2012/10/regresi-linier-berganda.pdf>, diakses pada 2 Februari 2014
- Nawawi, Margono, 2004, **Pengertian Populasi** [http:// iyosrosmana. wordpress.com/2009/06/19/populasi-dan-sampel/](http://iyosrosmana.wordpress.com/2009/06/19/populasi-dan-sampel/) diakses pada 2 Februari 2014
- Santoso, Slamet, 2011, **Statistika**, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Ponorogo
- Suharsini Arikunto, **Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek**, Rineka Cipta, Yogyakarta, tahun 1997.
- Susanti, Tina, 2012, **Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian(Studi pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Tembalang, Semarang)**, dalam <http://www.google.com>, diakses pada 24 september 2013
- Tim Mitra Bestari, 2003, **Dasar-Dasar Pemasaran**, UPFE-UMY, Yogyakarta
- Zoeldhan, 2012, **Pengertian Keputusan Pembelian** [Http://Zoeldhan-infomanajemen.com/2012/02/pengertian-keputusan-pembelian.html](http://Zoeldhan-infomanajemen.com/2012/02/pengertian-keputusan-pembelian.html), diakses 25 september 2013