

**PENGARUH VARIASI PRODUK, CITA RASA, KUALITAS PRODUK,
DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO
JENANG TEGUH RAHARJO PONOROGO**



SKRIPSI

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 : Anindi Widiya Putri

NIM : 14413371

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH POOROGO

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Variasi Produk, Cita Rasa, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Jenang Teguh Raharjo Ponorogo.
Nama : Anindi Widiya Putri
N I M : 14413371
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, 14 Agustus 2018

Pembimbing I


(Dra. Umi Farida, MM)
NIDN. 0710016101

Pembimbing II


(Drs. Ec. Purwanto, MM)
NIDN. 0702105301


Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi


(Titi Rapini, SE, MM)
NIDN. 0005056301

Dosen Penguji :


(Dra. Umi Farida, MM)
NIDN. 0710016101


(Adi Santoso, SE, MM)
NIDN. 0727118803


(Titi Rapini, SE, MM)
NIDN. 0005056301

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel variasi produk, cita rasa, kualitas produk, dan lokasi secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian pada Toko Jenang Teguh Raharjo Ponorogo. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik Sampel Random Sampling, yakni pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Metode Analisa data yang digunakan yaitu regresi linier berganda dengan bantuan program *SPSS*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variasi produk, cita rasa, berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti apabila toko mempunyai variasi produk yang banyak dan mempunyai cita rasa yang enak dan legit, maka tingkat keputusan pembelian akan meningkat. Variabel kualitas produk dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang lebih besar daripada variabel lain, sehingga toko harus tetap mempertahankan kualitas produk Jenang yang sudah ditetapkan bahkan harus menambah inovasi produk agar konsumen tidak bosan. Variabel variasi produk, cita rasa, kualitas produk dan lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Variasi Produk, Cita Rasa, Kualitas Produk, Lokasi, Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga dengan segala kemampuan serta kesungguhan hati, maka terselesaikanlah penyusunan skripsi untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dengan judul **“PENGARUH VARIASI PRODUK, CITA RASA, KUALITAS PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO JENANG TEGUH RAHARJO PONOROGO”** dengan tiada halangan suatu apapun.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta do'a dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini berlangsung. Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. H. Sulton, M.Si, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepad saya untuk menyelesaikan Program Strata 1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

2. Ibu Titi Rapini SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada saya untuk melaksanakan skripsi sehingga skripsi ini selesai.
3. Ibu Dra. Umi Farida, MM. Selaku Kepala Program Studi Jurusan Manajemen sekaligus selaku dosen pembimbing I, yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengarahan, ilmu pengetahuan dan selalu sabar dalam menghadapi kekurangan yang peneliti miliki selama penyusunan skripsi sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
4. Bapak Drs. Ec Purwanto, MM. Selaku dosen pembimbing II, atas bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis duduk dibangku kuliah.
6. Bapak dan (Alm) Ibu yang selalu merawat dengan penuh kelembutan cinta dan kasih sayangnya serta memotivasi, nasihat, semangat, do'a yang tiada henti, dan dukungannya selama ini.
7. Kakak-kakakku termakasih atas semangat motivasi, kasih sayang, nasihat dan doanya.
8. Untuk sahabat-sahabatku Manajemen A angkatan 2014 yang selalu memotivasi dan memberi dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu.

9. Semua pihak dan teman-teman yang tidak bisa disebutkan penulis satu per satu, yang banyak memberikan bantuan sampai selesainya penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini dimasa yang akan datang.

Wassalaamu'alaikum Wr.Wb.

Ponorogo, 21 Agustus 2018
Penulis

ANINDI WIDIYA.P
NIM. 14413371



MOTTO



PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Bismillah, ku persembahkan skripsi ini kepada:

- ✚ Bapak dan (Alm) Ibu tersayang yang telah membesarkan dan mencurahkan kasih sayangnya kepadaku.
- ✚ Muhamad Masrur terimakasih kamu sudah memberiku semangat dan selalu memotivasiku untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
- ✚ Saudara - saudaraku tercinta yang selalu memberi motivasi dalam pembuatan skripsi ini.
- ✚ Untuk Arlinda Mayasari, Denty Viana Putri, Anisya Nuraini, Afia Tiara terimakasih kalian sudah membantu dan selalu memotivasi dalam pembuatan skripsi ini.
- ✚ Sahabat - sahabatku yang tak bisa disebutkan satu per satu.
- ✚ Keluarga besar Manajemen ATahun Angkatan 2014.



PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis disuatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacui dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 21 Agustus 2018



(Anindi Widiya Putri)

NIM. 14413371

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Pernyataan Tidak Melanggar Kode Etik Penelitian.....	iii
Daftar Isi.....	iv
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	6
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	7
1.4 Pembatasan Masalah.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pemasaran.....	9
2.1.1.1 Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.1.2 Konsep Pemasaran.....	11

2.1.2 Bauran Pemasaran.....	12
1. Produk.....	13
1.1 Atribut Produk.....	13
1.2 Variasi Produk.....	14
1.2.1 Indikator Variasi Produk.....	15
1.3 Cita Rasa.....	16
1.3.1 Komponen Cita Rasa.....	17
1.4 Kualitas Produk.....	18
1.4.1 Definisi Kualitas Produk.....	18
1.4.2 Klasifikasi Produk.....	20
1.4.3 Dimensi Kualitas Produk.....	24
1.4.4 Indikator Kualitas Produk.....	26
2. Price (Harga).....	26
3. Place (Tempat).....	27
3.1 Lokasi.....	27
3.1.1 Definisi Lokasi.....	27
3.1.2 Indikator Lokasi.....	28
4. Promotion.....	28
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	28
2.1.3.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	30
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	35

2.1.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	35
2.1.4.2	Proses Keputusan Pembelian.....	36
2.1.4.3	Indikator Keputusan Pemenelian.....	37
2.2	Penelitian Terdahulu.....	39
2.3	Kerangka Pemikiran.....	42
2.4	Hipotesis.....	43
BAB III METODE PENELITIAN.....		44
3.1	Ruang Lingkup Penelitian.....	44
3.2	Populasi dan Sampel.....	44
3.2.1	Populasi.....	44
3.2.2	Sampel.....	45
3.3	Metode Pengambilan Data.....	46
3.3.1	Data Primer.....	46
3.3.1.1	Teknik Pengambilan Data.....	47
3.3.2	Data Sekunder.....	48
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	48
3.4.1	Variabel Independen.....	48
3.4.2	Variabel Dependen.....	51
3.5	Metode Analisis Data.....	52
3.5.1	Uji Instrument.....	52
3.5.1.1	Uji Validitas.....	52

3.5.1.2 Uji Reabilitas.....	53
3.5.2 Metode Analisi Berganda.....	54
3.5.2.1 Analisis Linier Berganda.....	54
3.5.3 Analisis Koefisien Determinasi.....	55
3.5.4 Uji Hipotesis.....	56
3.5.4.1 Uji t (Uji Parsial).....	56
3.5.4.2 Uji F (Uji Serempak).....	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	58
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	58
4.1.2 Lokasi Perusahaan.....	59
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	60
4.1.4 Tugas dan Wewenang Karyawan.....	61
4.1.5 Jumlah Tenaga Kerja dan Kualitasnya.....	63
4.1.6 Proses Pengolahan Jenang.....	66
4.1.7 Jenis Diversifikasi Produk.....	71
4.1.8 Bidang Pemasaran.....	74
4.1.9 Gambaran Umum Varibel pada Toko Jenang Teguh Raharjo Ponorogo.....	76
4.2 Deskripsi Responden.....	78
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
4.2.2 Responden Berdasarkan Usia.....	79
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	80
4.3.1 Variabel Variasi Produk.....	81

4.3.2 Variasi Cita Rasa.....	82
4.3.3 Variabel Kualitas Produk.....	84
4.3.4 Variabel Lokasi.....	85
4.3.5 Variabel Keputusan Pembelian.....	86
4.4 Uji Instrument.....	87
4.4.1 Uji Validitas.....	87
4.4.2 Uji Reabilitas.....	89
4.5 Analisis Data.....	90
4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	90
4.5.2 Koefisien Determinasi.....	93
4.6 Uji Hipotesis.....	95
4.6.1 Uji t (Uji Parsial).....	95
4.6.2 Uji F (Uji Simultan).....	97
4.7 Pembahasan.....	98
BAB V PENUTUP.....	105
5.1 Kesimpulan.....	105
5.2 Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA.....	108
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 4.1 Komposisi/ Resep Pembuatan Jenang.....	67
Tabel 4.2 Data Diversifikasi Produk.....	73
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Usia.....	79
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Variasi Produk.....	81
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Cita Rasa.....	82
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Kualitas Produk.....	84
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Lokasi.....	85
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Berdasarkan Keputusan Pembelian.....	86
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	88
Tabel 4.11 Hasil Uji Reabilitas.....	89
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	90
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi.....	93
Tabel 4.14 Interpretasi Koefisien Kolerasi.....	93
Tabel 4.15 Hasil Uji t.....	95
Tabel 4.16 Hasil Uji F.....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian.....	39
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	42
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan.....	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 Hasil Pengolahan Data

Lampiran 4 Tabel r

Lampiran 5 Tabel t

Lampiran 6 Tabel F

