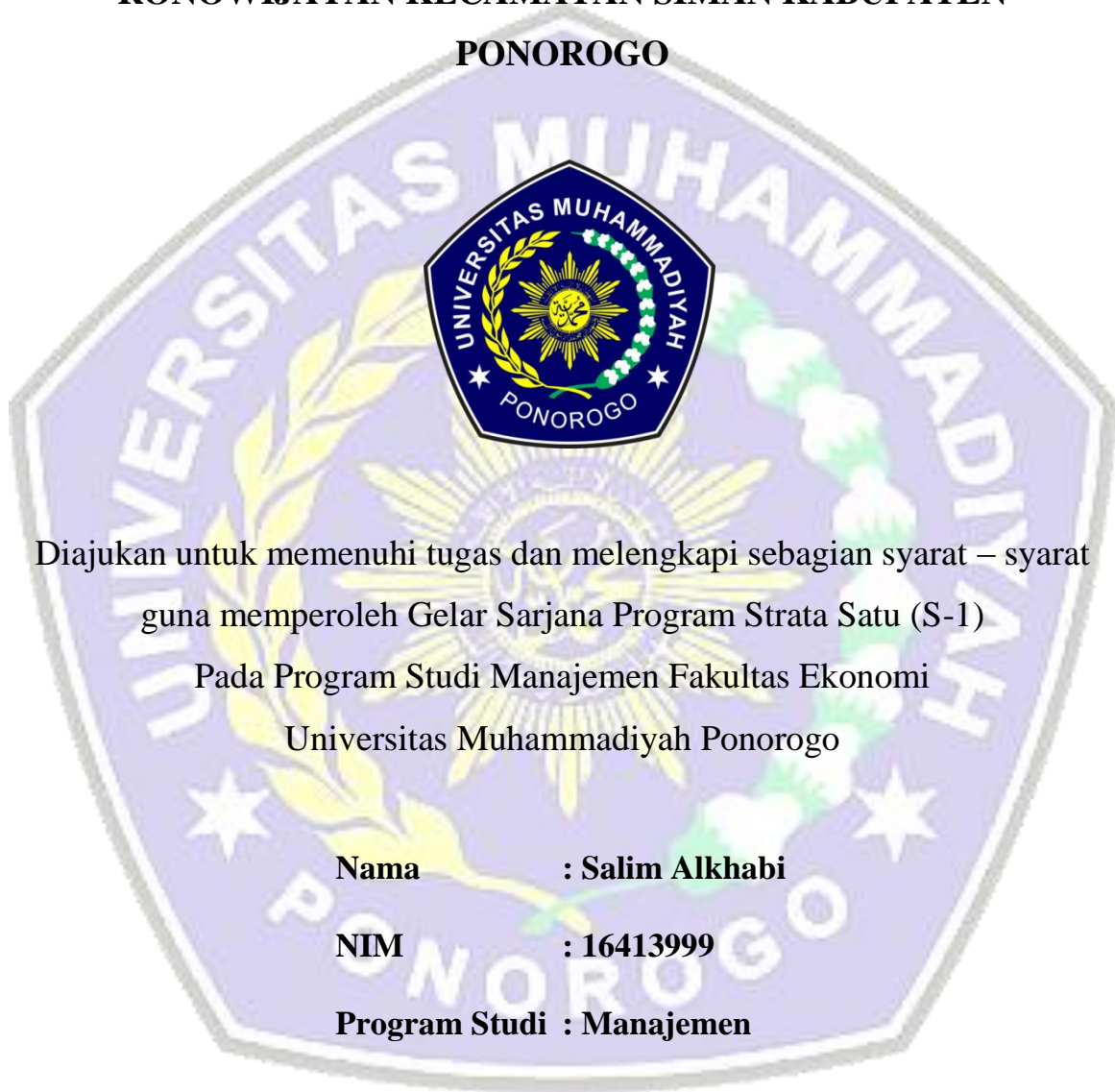


**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALAT TULIS PADA  
KONSUMEN TOKO “ARIA” JALAN LETJEND SUPRAPTO  
RONOWIJAYAN KECAMATAN SIMAN KABUPATEN  
PONOROGO**



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

**Nama : Salim Alkhabi**

**NIM : 16413999**

**Program Studi : Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2020**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Alat Tulis Pada Konsumen Toko “ARIA” Jalan Letjend Suprpto Ronowijayan Kecamatan Siman Kabupaten Ponorogo.

Nama : Salim Alkhabi

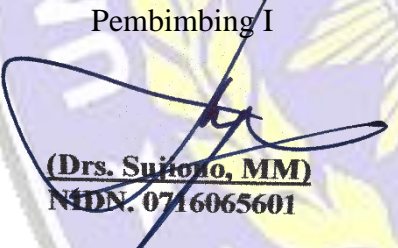
NIM : 16413999

Program Studi : Manajemen

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

Ponorogo, 03 November 2020

Pembimbing I

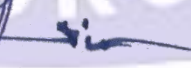
  
**(Drs. Sujatno, MM)**  
NIDN. 0716065601

Pembimbing II

  
**(Edi Santoso, SE, MM)**  
NIDN. 0711037401




Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi

  
**(Dr. Hadi Sumarsono, SE, MSi)**  
NIK. 19760508 200501 11

Dosen Penguji :

  
**(Drs. Sujatno, MM)**  
NIDN. 0716065601

  
**(La Ode Sugianto, S.Pd., MM)**  
NIDN. 0730068503

  
**(Drs. Ec. Purwanto, MM)**  
NIDK. 8808523419

## RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian alat tulis pada toko “ARIA” Jalan Letjend Suprpto Ronowijayan Kecamatan Siman Kabupaten Ponorogo. Populasi penelitian ini adalah pengunjung toko alat tulis ARIA Ponorogo. Sedangkan sampel yang digunakan yaitu pengunjung toko alat tulis ARIA Ponorogo yang sudah membeli peralatan atau perlengkapan alat tulis di toko ARIA minimal satu kali. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*, skala pengukuran dengan *skala likert* melalui kuesioner sedangkan sampel yang diambil sebanyak 100 orang atau pengunjung. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, 1) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Alat Tulis Pada Toko “ARIA” Jalan Letjend Suprpto Ronowijayan Kecamatan Siman Kabupaten Ponorogo, 2) harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Alat Tulis Pada Toko “ARIA” Jalan Letjend Suprpto Ronowijayan Kecamatan Siman Kabupaten Ponorogo, 3) lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Alat Tulis Pada Toko “ARIA” Jalan Letjend Suprpto Ronowijayan Kecamatan Siman Kabupaten Ponorogo, dan 4) kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Alat Tulis Pada Toko “ARIA” Jalan Letjend Suprpto Ronowijayan Kecamatan Siman Kabupaten Ponorogo.

**Kata Kunci : kualitas pelayanan, harga, lokasi, keputusan pembelian**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT dengan segala rahmat, hidayah serta karunia-Nya, penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Alat Tulis Pada Toko “ARIA” Jalan Letjend Suprpto Ronowijayan Kecamatan Siman Kabupaten Ponorogo.”** ini dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar – besarnya kepada :

1. Dr. Happy Susanto, M.A selaku rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Dr. Hadi Sumarsono, SE, MSi selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Naning Kristiyana, SE., MM selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Drs. Sujiono, MM selaku dosen pembimbing I dan Bapak Edi Santoso selaku dosen pembimbing II, terimakasih banyak atas bimbingan dan arahnya selama penyusunan skripsi ini.
5. Alip Sugianto, S.Pd., M.Hum selaku dosen wali kelas Manajemen A angkatan 2016.
6. Agung Siswoyo selaku pemilik Toko Aria Ponorogo yang sudah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian di Toko Aria serta para karyawan Toko Aria yang berkenan membantu dan bekerjasama dengan peneliti.

7. Ayah bundaku dan kakak tercintaku terimakasih banyak karena tak henti-hentinya memberikan dukungan, motivasi serta do'a selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman seangkatan utamanya kelas Manajemen A angkatan 2016 dan teman – teman konsentrasi pemasaran angkatan 2016 yang memberikan semangat, gagasan dan saran-saran dalam penyusunan skripsi serta telah mengisi hari-hariku menjadi sangat menyenangkan.
9. Semua pihak yang telah membantu tersusunya skripsi ini, yang tidak dapat saya sebut satu persatu yang telah dengan tulus ikhlas memberikan do'a dan dukungan hingga dapat terselesaikanya skripsi ini.

Skripsi ini telah memberikan saya pembelajaran bahwa meski banyak bab dan revisi yang kita lalui dalam hidup, percayalah tidak ada usaha yang sia – sia serta percayalah akan ada akhir bahagia pada waktunya bagi mereka yang pantang menyerah. Akan tetapi skripsi ini tentunya tidak luput dari kesalahan atau pun kekurangan, baik dari segi isi maupun pembahasan. Maka dari itu, peneliti terbuka atas saran yang membangun demi penyempurnaanya. Besar harapan peneliti agar skripsi ini dapat bermanfaat menjadi referensi atau bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya khususnya dalam pengembangan ilmu manajemen studi pemasaran.

Ponorogo, 03 November 2020

(Salim Alkhabi)  
NIM. 16413999

## **PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR**

### **KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah 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 di 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 diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 03 November 2020



(Salim Alkhabi)  
NIM. 16413999

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Ringkasan .....	iii
Kata Pengantar .....	iv
Pernyataan Tidak Melanggar Kode Etik Penelitian .....	vi
Daftar Isi .....	vi
Daftar Tabel .....	vi
Daftar Gambar .....	xivi
Daftar Lampiran .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....	6
a) Tujuan Penelitian .....	6
b) Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori .....	8
1. Pengertian Pemasaran .....	8
2. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	9
3. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	9
1) Produk ( <i>Product</i> ).....	10
2) Harga ( <i>Price</i> ).....	10
3) Tempat/Saluran Distribusi ( <i>Place</i> ).....	10

4) Promosi ( <i>Promotion</i> ).....	11
5) Orang ( <i>People</i> ).....	11
6) Bukti Fisik ( <i>Physical Evidence</i> ).....	11
7) Proses ( <i>Process</i> ).....	11
4. Pengertian Konsumen .....	12
5. Perilaku Konsumen .....	12
a. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen .....	13
1. Faktor Budaya .....	13
2. Faktor Sosial .....	13
3. Faktor Pribadi .....	15
4. Faktor Psikologis .....	16
6. Keputusan Pembelian .....	16
a. Proses Keputusan Pembelian .....	17
1) Pengenalan Masalah .....	17
2) Pencarian Informasi ( <i>Information Search</i> ).....	18
3) Evaluasi Alternatif ( <i>Evaluation Of Alternatif</i> ).....	18
4) Keputusan Pembelian ( <i>Purchase Decision</i> ).....	19
5) Perilaku Pasca Pembelian .....	19
7. Indikator Keputusan Pembelian .....	20
8. Kualitas Pelayanan .....	20
a. Dimensi Kualitas Pelayanan .....	21
b. Indikator Kualitas Pelayanan .....	21
9. Harga .....	23
a. Dimensi Harga .....	23



b. Indikator Harga .....	24
10. Lokasi .....	25
a. Pemilihan Lokasi .....	26
b. Indikator Lokasi .....	27
B. Penelitian Terdahulu .....	28
C. Kerangka Pemikiran .....	31
D. Pengembangan Hipotesis .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Ruang Lingkup Penelitian .....	36
B. Populasi Dan Sampel Penelitian .....	36
1) Populasi .....	36
2) Sampel .....	37
C. Metode Pengambilan Data .....	38
1. Sumber Data Penelitian .....	38
2. Skala Pengukuran .....	39
3. Teknik Pengumpulan Data .....	39
a) Wawancara .....	39
b) Kuesioner .....	39
c) Observasi .....	40
D. Definisi Operasional Variabel .....	40
a) Variabel independen atau bebas (X) .....	40
1. Kualitas Pelayanan (X1).....	40
2. Harga (X2).....	41

3. Lokasi (X3) .....	42
b) Variabel dependen atau variabel terikat (Y) .....	42
1. Keputusan Pembelian (Y) .....	43
E. Metode Analisis Data .....	43
1. Uji Instrumen Data .....	43
a) Uji Validitas .....	43
b) Uji Reabilitas .....	44
2. Uji Asumsi Klasik .....	45
a) Uji Multikolonieralitas .....	46
b) Uji Linearitas .....	46
c) Uji Normalitas .....	47
1) Analisis grafik .....	47
2) Uji statistik non – parametik Kolmogorov – Smirnov .....	47
3) Analisis Regresi Linear Berganda .....	48
4. Koefisien Determinasi .....	48
5. Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	49
6. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t) .....	50
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian .....	51
1. Sejarah Berdirinya Toko ARIA .....	51
2. Aspek Sumber Daya Manusia (SDM) Toko ARIA .....	52
3. Aspek Operasional Toko ARIA .....	54
4. Aspek Keuangan Toko ARIA .....	55
5. Aspek Pemasaran dan Segmentasi Pasar Toko ARIA .....	56

6.	Karakteristik Responden .....	56
6.	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	57
a.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
b.	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	58
c.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	59
d.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	60
e.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	60
f.	Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal .....	61
g.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pilihan Berkunjung .....	62
h.	Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Berkunjung .....	62
i.	Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Berkunjung .....	63
7.	Tanggapan Responden .....	64
a.	Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	65
b.	Variabel Harga (X2).....	66
c.	Variabel Lokasi (X3).....	67
d.	Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	67
a.	Uji Instrumen Data .....	67
a.	Uji Validitas .....	67
b.	Uji Reliabilitas .....	68
c.	Uji Asumsi Klasik .....	69
a)	Uji Multikolinieritas .....	69
b)	Uji Normalitas .....	70
c)	Uji Linearitas .....	71
b.	Hasil Analisis Data .....	72

a.	Regresi Linear Berganda .....	72
b.	Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	74
c.	Hasil Uji Hipotesis .....	75
a.	Uji Parsial (Uji T) .....	75
a)	Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian .....	75
b)	Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	76
c)	Pengaruh Variabel Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian .....	77
d)	Uji Simultan (Uji F) .....	78
B.	Pembahasan .....	79
1)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	79
2)	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	80
3)	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian .....	81
<b>BAB V PENUTUP</b>		
A.	Kesimpulan .....	83
B.	Saran .....	84
	Daftar Pustaka .....	87
	Lampiran .....	87

## DAFTAR TABEL

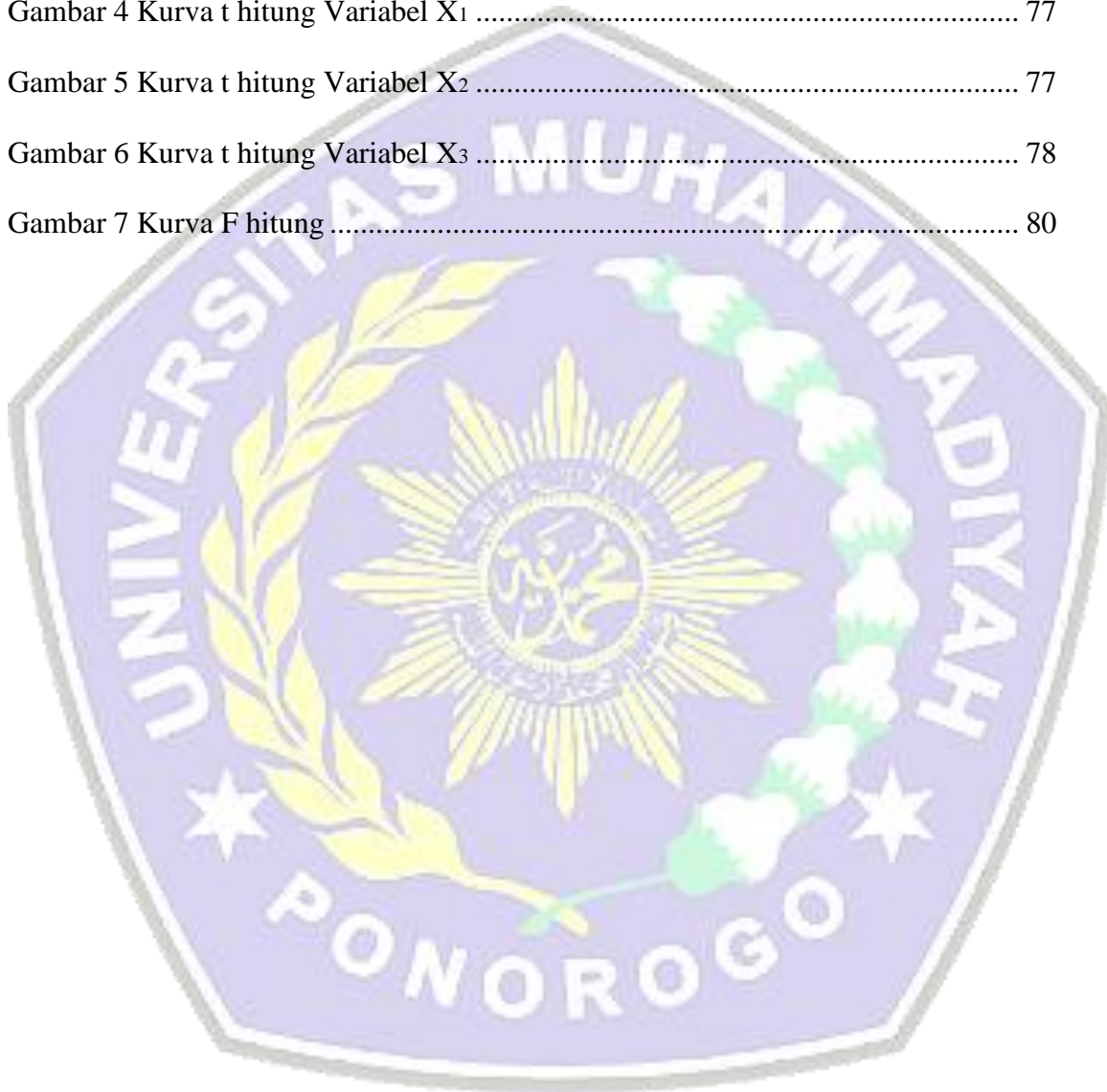
Tabel 1 Data Jumlah Pembeli Dalam Satu Bulan Toko ARIA Berdasarkan Hasil Pengamatan Lapangan .....	36
Tabel 2 Total Sampel .....	56
Tabel 3 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
Tabel 4 Jumlah Responden Berdasarkan Umur .....	58
Tabel 5 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan .....	59
Tabel 6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	59
Tabel 7 Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan .....	60
Tabel 8 Responden Berdasarkan Daerah Asal .....	61
Tabel 9 Responden Berdasarkan Pilihan Berkunjung .....	62
Tabel 10 Responden Berdasarkan Alasan Berkunjung .....	62
Tabel 11 Responden Berdasarkan Intensitas Berkunjung .....	63
Tabel 12 Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan (X1) .....	64
Tabel 13 Tanggapan Responden terhadap Harga (X2) .....	65
Tabel 14 Tanggapan Responden terhadap Lokasi (X3) .....	66
Tabel 15 Tanggapan Responden terhadap Lokasi (X3) .....	67
Tabel 16 Hasil Uji Validitas .....	68
Tabel 17 Hasil Uji Reliabilitas .....	69
Tabel 18 Hasil Uji Multikolinieritas .....	70
Tabel 19 Hasil Uji Normalitas .....	71
Tabel 20 Hasil Uji Linearitas .....	72
Tabel 21 Hasil Analisis Regresi Berganda .....	73
Tabel 22 Hasil Uji R Square .....	75

Tabel 23 Hasil Analisis Regresi Berganda ..... 76  
Tabel 24 Hasil Uji Simultan (Uji F) ..... 79



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen .....	19
Gambar 2 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	30
Gambar 3 Bagan Struktur Organisasi Toko ARIA Ponorogo .....	50
Gambar 4 Kurva t hitung Variabel $X_1$ .....	77
Gambar 5 Kurva t hitung Variabel $X_2$ .....	77
Gambar 6 Kurva t hitung Variabel $X_3$ .....	78
Gambar 7 Kurva F hitung .....	80



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	90
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner .....	94
Lampiran 3 Tabel r.....	98
Lampiran 4 Tabel F.....	100
Lampiran 5 Tabel t.....	102
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas .....	103
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas .....	107
Lampiran 8 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	108
Lampiran 9 Surat Ijin Penelitian.....	110
Lampiran 10 Berita Acara Bimbingan Skripsi.....	111
Lampiran 11 Surat Keterangan Hasil Plagiasi Skripsi.....	112

