# PENGARUH LOKASI, PROMOSI, DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SWALAYAN BAHAN BANGUNAN REVA JAYA DI KEDIRI

## ARTIKEL SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Manajemen

**Oleh:**

**SUMARMIATI**

NPM. 13.1.02.02.0541

**Dibimbing oleh :**

1. **Dr. Samari, M.M.**
2. **Diah Ayu Septi Fauji, S.E, M.M.**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

**2018**

Artikel Skripsi
Universitas Nusantara PGRI Kediri

# SURAT PERNYATAAN
# ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2018

**Yang bertanda tangan dibawah ini:**

| | |
|---|---|
| Nama Lengkap | : SUMARMIATI |
| NPM | : 13.1.02.02.0541 |
| Telepun/HP | : 085731666029 |
| Alamat Surel (Email) | : miammm001@gmail.com |
| Judul Artikel | : Pengaruh Lokasi, Promosi, Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan Bahan Bangunan Reva Jaya di Kediri |
| Fakultas – Program Studi | : EKONOMI - MANAJEMEN |
| Nama Perguruan Tinggi | : Universitas Nusantara PGRI Kediri |
| Alamat PerguruanTinggi | : Jl. K.H. Ahmad Dahlan No.76, Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur 64112 |

Denganinimenyatakanbahwa:

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila dikemudian hari ditemukan ke tidak sesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggung jawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

| Mengetahui | | Kediri, 09 Pebruari 2018 |
|---|---|---|
| Pembimbing I | Pembimbing II | Penulis, |
| Dr. Samari, M.M.<br>NIDN. 0712026201 | Diah Ayu Septi Fauji, M.M.<br>NIDN. 0711098703 | Sumarmiati<br>NPM. 13.1.02.02.0541 |



Sumarmiati | 13.1.02.02.0541
Fak. Ekonomi - Manajemen
simki.unpkediri.ac.id
|| 1||

# PENGARUH LOKASI, PROMOSI, DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SWALAYAN BAHAN BANGUNAN REVA JAYA DI KEDIRI

SUMARMIATI
NPM. 13.1.02.02.0541
Fak. Ekonomi - Manajemen
miammm001@gmail.com
Dr. Samari, MM [1]dan Diah Ayu Septi Fauji, SE.,MM [2]
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

**ABSTRAK**

Perkembangan dunia usaha semakin meningkatkan persaingan dalam memasarkan produk. Keadaan dunia usaha berubah dinamis seiringdengan perubahan minat konsumen dan perubahan yang terjadi di sekitarnya. Kebutuhan konsumen yang terus meningkat menjadi peluang perkembangan bisnis. Berbagai strategi pemasaran disusun untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut sehingga dapat bertahan dan memenangkan persaingan. Selama beroperasi menjalankan usaha penjualan bahan bangunan swalayan Reva Jaya mengalami masalah yaitu menurunnya jumlah omset penjualan dari bulan kebulan. Hal tersebut terjadi karena fenomena banyaknya bermunculan swalayan bahan bangunan yang ada di Kabupaten Kediri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Lokasi, Promosi dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Swalayan Bahan Bangunan Reva Jaya di Kediri**.** Penelitian ini meggunakan jenis pendekatan kuantitatif dengan teknik penelitian kausalitas. Populasi penelitian ini berjumlah tidak terbatas. Teknik pengambilan sampel adalah *non probability sampling* dan diperoleh sampel sebanyak 40 responden. Sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer sedangkan teknik pengumpulan data adalah kuesioner dan studi kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Kesimpulan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Ada pengaruh signifikan Lokasi terhadap keputusan pembelian. (2) Ada pengaruh signifikan Promosi terhadap keputusan pembelian.(3) Ada pengaruh signifikan Kelengkapan Produk terhadap keputusan pembelian. (4) Lokasi, Promosi, Kelengkapan Produk secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**KATA KUNCI : Lokasi, Promosi, Kelengkapan Produk, Keputusan Pembelian**

## 1. LATAR BELAKANG

Perkembangan dunia usaha semakin meningkatkan persaingan dalam memasarkan produk. Keadaan dunia usaha berubah dinamis seiringdengan perubahan minat konsumen dan perubahan yang terjadi di sekitarnya. Kebutuhan konsumen yang terus meningkat menjadi peluang perkembangan bisnis. Hal tersebut menjadi dasar pemikiran para pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen secara optimal. Berbagai strategi pemasaran disusun untuk memenuhi

kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut sehingga dapat bertahan dan memenangkan persaingan. Strategi tersebut antara lain melalui penentuan lokasi, promosi, dan kelengkapan produk.

Swalayan bahan bangunan Reva Jaya Kediri merupakan swalayan yang bergerak di bidang penjualan bahan bangunan yang terletak di daerah Sambiresik Kabupaten Kediri. Selama beroperasi menjalankan usaha penjualan bahan bangunan swalayan Reva Jaya mengalami masalah yaitu menurunnya jumlah omset penjualan dari bulan kebulan. Hal tersebut terjadi karena fenomena banyaknya bermunculan swalayan bahan bangunan yang ada di Kabupaten Kediri seperti Top Bangunan yang lebih modern sehingga konsumen memilih untuk bebelanja di swalayan tersebut.

Pihak swalayan harus mempertimbangkan faktor - faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen agar dapat memenangkan persaingan khususnya dengan swalayan bahan bangunan yang lebih modern.

Menurut Kotler (2011:161) ‘‘keputusan pembelian’’ adalah ‘‘perilaku yang timbul karena adanya rangsangan atau hubungan dari pihak lain’’. Keputusan untuk membeli dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan. Oleh karena itu, pengusaha harus jeli dalam melihat faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan untuk menarik konsumen.

Faktor penting yang dapat mendorong keputusan pembelian adalah faktor lokasi. Menurut Kasmir (2009:129),‘‘lokasi’’ adalah ”tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang - barang dagangannya”. Lokasi toko yang mudah ditemukan , mudah diakses, strategis, aman , dan nyaman lebih mendorong konsumen melakukan keputusan pembelian pada toko tersebut. Pemilihan suatu lokasi sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Faktor lainnya yang mendorong keputusan pembelian adalah promosi. Menurut Rangkuti (2009:49),‘‘Promosi’’ adalah ‘‘salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan’’.

Dengan promosi, perusahaan dapat mengkomunikasikan produk kepada konsumen. Keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen dan bisa membuat konsumen tertarik untuk mencoba dan kemudian akan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk tersebut. Promosi mampu merangsang permintaan akan suatu produk. Dengan promosi tersebut diharapkan konsumen mau mencoba produk tersebut dan mendorong

konsumen yang sudah ada agar membeli produk lebih sering lagi sehingga akan terjadi pembelian ulang dan volume penjualan produk suatu perusahaan akan meningkat.

Selain lokasi dan promosi, faktor yang juga mendorong keputusan pembelian adalah kelengkapan produk. Menurut Kotler (2009:42) ‘‘kelengkapan produk’’ adalah ‘‘ tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen’’. Setiap konsumen menginginkan barang yang lengkap ketika konsumen memasuki satu tempat belanja. Kalau memang ada, konsumen menginginkan satu tempat belanja yangdapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya secara sekaligus untuk berbagai jenis barang atau jasa.

Hasil observasi awal yang dilakukan peneliti menunjukkan adanya beberapa kekurangan yang ada pada Swalayan Reva Jaya. Swalayan Reva Jaya yang didirikan sejak Februari 2016 sejauh ini belum menunjukkan perkembangan yang pesat, khususnya dalam penjualan. toko tersebut, dan beberapa konsumen mengeluhkan produk yang dicari tidak tersedia dan kurangnya kelengkapan serta variasi produk. Berdasarkan masalah pada uraian latar belakang masalah di atas maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul : “**Pengaruh Lokasi, Promosi dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Swalayan Bahan Bangunan Reva Jaya di Kediri’’** Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut : (1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada swalayan bahan bangunan reva jaya kediri (2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada swalayan bahan bangunan reva jaya kediri (3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada swalayan bahan bangunan reva jaya kediri (4) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi, promosi, dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada swalayan bahan bangunan reva jaya kediri.

## II. METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2014:39) pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif., pendekatan kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang menggunakan data berbentuk angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Pada penelitian ini peneliti akan mengumpulkan data angka dari skor kuesioner.

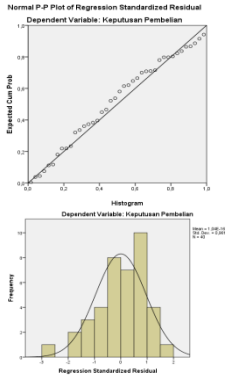
Alasan digunakan pendekatan kuantitatif karena menyajikan data penelitian yang berupa angka-angka dan analisis dengan menggunakan alat uji statistik regresi linier berganda., rasional dan sistematis. Teknik penelitian ini menggunakan teknik kausalitas.

Teknik kausalitas Menurut Sanusi (2014:59) adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi, disini ada variable independen (mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi) untuk membuktikan pengaruh lokasi, promosi dan kelengkapan produk sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat.

Peneliti melakukan penelitian pada swalayan bahan bangunan yang berlokasi di Sambiresik Kediri. Waktu penelitian ini dilakukan selama 3 bulan terhitung bulan September – November 2017. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak terbatas. Menurut Sanusi (2014:87), sampel adalah sesuatu yang dijadikan kesatuan yang akan dipilih sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil dengan metode *accidental sampling*. Menurut Menurut Sanusi (2014:87), *accidental sampling* dilakukan dengan cara mengambil kasus atau responden yang kebetulan ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer. Menurut Sugiyono (2014:137-138), “data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Sumber data yang diperoleh yaitu kuesioner. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, angket, wawancara dan metode studi kepustakaan.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Normalitas data



Gambar menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

**Uji Multikolinieritas**

**Coefficients[a]**

| Model | | Collinearity Statistics | |
|---|---|---|---|
| | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | | |
| | Lokasi | ,985 | 1,015 |
| | Promosi | ,978 | 1,023 |
| | Kelengkapan Produk | ,990 | 1,010 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Nilai tolerance sebesar 0,985 , 0,978 , 0,990 yang lebih besar dari 0,10 dan VIF sebesar 1,015 , 1,023 , 1,010 , yang lebih kecil dari 10 dengan demikian dalam model ini tidak ada masalah multikolinieritas.

**Uji Autokorelasi**

**Model Summary[b]**

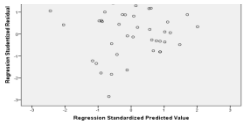
| Model | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|---|---|---|
| 1 | 2,214 | 1,787 |

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Promosi, Kelengkapan Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Nilai DW diperoleh sebesar 1,787 sedangkan nilai DW tabelnya untuk tingkat α = 5% dengan n = 40 dan k = 4 adalah batas bawah (dl =1,284 dan du=1,720) dan batas atas (4-du = 2,280). Dari data diatas dapat dibuat persamaan 1,284 < 1,787 < 2,280, sehingga model regresi tersebut sudah bebas dari masalah autokorelasi.

**Uji Heteroskedastisitas**



Grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, dan ini menunjukkan bahwa model regresi ini tidak terjad heteroskedastisitas.

**Persamaan Regresi Linier Berganda**

Didapatkan persamaan sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = a + b1\ X_1 + b2\ X_2 + b3\ X_3}$$
$$\mathbf{Y = 20{,}689 + 0{,}044X_1 + 0{,}075X_2 + 0{,}241X_3}$$

Persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut:

a. Konstanta = 20,689 artinya apabila variabel lokasi ($X_1$), promosi($X_2$),kelengkapan produk ($X_3$), diasumsikan tidak memiliki pengaruh sama sekali (= 0) maka keputusan pembelian adalah sebesar 20,689 satuan

b. Koefisien $X_1$ = 0,044

Jika $X_1$ naik 1 satuan dan variabel lainnya tetap maka keputusan

pembelian akan naik sebesar 0,044 satuan.

c. Koefisien $X_2$ = 0,075
Jika $X_2$ naik 1 satuan dan variabel lainnya tetap maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,075 satuan.

d. Koefisien $X_3$ = 0, 241
Jika $X_3$ naik 1 satuan dan variabel lainnya tetap maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0, 241 satuan.

## IV. PEMBAHASAN

**1. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.10, hasil uji t menghasilkan t hitung sebesar 1,292dan signifikansi sebesar 0,004. t hitung 1,292> t tabel yang nilainya 1,028 dengan tingkat signifikansi 0,004< 0,05, maka dapat diketahui bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada swalayan bahan bangunan reva jaya kediri.

**2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.10,hasil uji t harga menghasilkan t hitung sebesar 1,425dan signifikansi sebesar 0,002. t hitung 1,425 > t tabel yang nilainya 1,028 dengan tingkat signifikansi -0,002 < 0,05, maka dapat diketahui bahwa promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada swalayan bahan bangunan reva jaya kediri.

**3. Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.10,hasil uji t kelengkapan produkmenghasilkan t hitung sebesar 1,335 dan signifikansi sebesar 0,003. t hitung 1,335 > t tabel yang nilainya 1,028 dengan tingkat signifikansi 0,003< 0,05, maka dapat diketahui bahwa kelengkapan produk berpengaruh positifterhadap keputusan pembelian pada swalayan bahan bangunan reva jaya kediri.

**4. Pengaruh Lokasi, Promosi dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil pengujian statistik, dibuktikan bahwa variabel lokasi, promosi, kelengkapan produk bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian pada swalayan bahan

bangunan Reva jaya yang dapat diketahui melalui uji F dengan taraf signifikansi (α = 5%). Hasil uji F yaitu nilai signifikansi 0,003 < 0,05, yang berarti berpengaruh secara simultan lokasi, promosi, kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian. Dengan nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,419 atau 4,19 % yang berarti bahwa keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dan sisanya yaitu 59,1% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

## V. KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama ada pengaruh signifikan lokasi terhadap keputusan pembelian pada swalayan bahan bangunan Reva Jaya Kediri.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua ada pengaruh signifikan promosi terhadap keputusan pembelian pada swalayan bahan bangunan Reva Jaya Kediri.
3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga ada pengaruh signifikan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada swalayan bahan bangunan Reva Jaya Kediri.
4. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat ada pengaruh signifikan lokasi, promosi, dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada swalayan bahan bangunan Reva Jaya Kediri.

## VI. DAFTAR PUSTAKA

Akdon, Riduwan. 2011. Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika. Bandung : Alfabeta

Alma, Buchari. 2009. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung. Alfabeta.

Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gilbert.2013. *Pemasaran Ritel*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Hilmi, 2010. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Memilih Restoran Paparon Pizza Di Kota Lhoksumawe, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol.9 ISSN 1693-8852