

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, PERSEPSI HARGA,
FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Pada Pasar Sampangan Baru Semarang)

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi syarat
Guna menyelesaikan studi akhir dan untuk memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Stikubank Semarang**



	Oleh:
Nama	: Muhammad Khiyarunnas
NIM	: 16.05.51.0205
Program Studi	: S1 Manajemen

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS STIKUBANK SEMARANG
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN



Skripsi ini telah memenuhi syarat dan kepada penyusun disetujui untuk mengikuti ujian pendadaran skripsi dengan judul:

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, PERSEPSI HARGA,
FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Pada Pasar Sampangan Baru Semarang)

Oleh:

Nama : Muhammad Khiyarunnas

NIM : 16.05.51.0205

Program Studi : SI Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank
Semarang

Semarang, 25 Januari 2021

Dogen Pembimbing



Ali Maskur. S.E. M.Kom

NIDN : 0618076401

HALAMAN PENGESAHAN



**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, PERSEPSI HARGA,
FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Pada Pasar Sampangan Baru Semarang)

Oleh:

Nama : Muhammad Khiyarunnas

NIM : 16.05.51.0205

Program Studi : SI Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank
Semarang

Hasil Penelitian dalam skripsi ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Pendadaran Skripsi dan skripsi telah disahkan dan diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang pada tanggal Januari 2021

Dosen Pembimbing

Ali Maskur, S.E. M.Kom

NIDN : 0618076401

Penguji II

Dr. Robertus Basiya, M.M

NIDN:0626026101

Penguji III

Kristina Anindita Hayuningtias, S.E., M.M

NIDN:0616018901



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis

(Dr. Euis Soeha, S.E., M.Si)

NIDN:0027037101

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Muhammad khiyarunnas

NIM : 16.05.51.0205

Program Studi: S1 Manajemen

Menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kusen di Jati Mas Jaya Semarang” tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau symbol yang menunjukkan gagasan, pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisan aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri itu. Bila kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan hasil ujian skripsi ini.

Semarang, 25 Januari 2021

Yang Menyatakan,



Muhamad Khiyarunnas

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

Teruslah berusaha dan jangan menyerah karean kita pernah tau kapan datangnya kesuksesan yang sudah ada di masa depan kita.

Persembahan:

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang tua, keluarga dan seluruh teman –teman yang telah mendukung skripsi ini hingga terselesaikan.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh keragaman produk, persepsi harga, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan pembelian di pasar Sampangan Baru Semarang. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung dari narasumber dengan menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan pembelian di pasar Sampangan Baru dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *Convenience Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data diolah menggunakan teknis analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan variabel keragaman produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien sebesar 0,223 dan nilai signifikan 0,001 lebih kecil dari 0,05. Variabel persepsi harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien sebesar 0,289 dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05. Variabel fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien sebesar 0,231 dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05. Variabel lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien sebesar 0,321 dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05.

Kata Kunci : Keragaman produk, Persepsi harga, Fasilitas, Lokasi , dan Keputusan pembelian

ABSTRACT

This research was conducted to examine the effect of product diversity, perceived price, facilities and location on purchasing decisions in the Sampangan Baru market in Semarang. The type of data used is primary data which is obtained directly from the informants using a questionnaire. The population in this study were customers who made purchases in the Sampangan Baru market by taking the sample using the convenience sampling technique with a total sample of 100 respondents. The data were processed using multiple linear regression analysis techniques. The results showed that the product diversity variable had a positive and significant effect on purchasing decisions. This is evidenced by the coefficient value of 0.223 and a significant value of 0.001 less than 0.05. Price perception variable has a positive and significant effect on purchasing decisions. This is evidenced by the coefficient value of 0.289 and a significant value of 0.000 less than 0.05. The facility variable has a positive and significant effect on purchasing decisions. This is evidenced by the coefficient value of 0.231 and a significant value of 0.000 less than 0.05. The location variable has a positive and significant effect on purchasing decisions. This is evidenced by the coefficient value of 0.321 and a significant value of 0.000 less than 0.05.

Keywords: product diversity, price perception, facilities, location, and purchasing decisions

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas nikmat yang diberikan sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul “Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Sampangan Baru Semarang”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Ekonomi Srata – 1 (S-1) Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Dalam proses penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Safik Faozi, SH, M.Hum selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang
2. Dr. Euis Soliha, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank yang telah memberikan kesempatan penulisan skripsi ini
3. Bapak Ali Maskur, S.E., M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini
4. Ibu Sri Sudarsi, SE., M.Si. selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Stikubank Semarang

5. Segenap dosen dan staf karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberi dukungan
6. Seluruh pengelola pasar Sampangan Baru yang telah memberikan ijin dan membantu kelancaran penyusunan Skripsi ini
7. Para responden konsumen pasar Sampangan Baru yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner
8. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa, perhatian, dan nasihat untuk kelancaran penyusunan skripsi ini

Penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna, untuk itu kritik dan saran sangat saya harapkan.

Demikianlah dari saya, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Semarang, 25 Januari 2021

Penyusun



(Muhammad Khiyarunnas)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Keputusan Pembelian.....	7
2.2. Keragaman Produk.....	14
2.3. Persepsi Harga.....	17
2.4. Fasilitas	18
2.5. Lokasi.....	22
2.6. Penelitian Terdahulu	26

2.7. Kerangka Pemikiran.....	29
2.8. Hipotesis.....	30

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	35
3.2 Populasi dan Pengambilan Sampel.....	35
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	36
3.4. Definisi Konsep dan Operasional Variabel.....	37
3.5. Pengukuran variabel	39
3.6. Uji Instrumen	40
3.6.1. Uji Validasi.....	40
3.6.2. Uji Reliabilitas	40
3.7. Metode Analisis Data.....	41
3.7.1 Koefisien Determinasi	41
3.6.4. Uji F.....	41
2.8. Pengujian Hipotesis	42
2.8.1 Uji t.....	42

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Responden	44
4.1.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
4.1.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	46
4.1.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
4.1.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	47

4.1.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Intensitas Belanja.....	47
4.2 Deskripsi variabel.....	48
4.2.1. Analisis Variabel Keputusan Pembelian	49
4.2.2. Analisis Variabel Keragaman Produk	50
4.2.3. Analisis Variabel Persepsi Harga	51
4.2.4. Analisis Variabel Fasilitas	52
4.2.5. Analisis Variabel Lokasi.....	53
4.3. Uji Instrumen	53
4.3.1. Uji Validitas.....	53
4.3.2. Uji Reliabilitas	55
4.4 Pengujian Model.....	55
4.5.1. Uji Koefisien Determinasi	56
4.5.2 Uji f.....	56
4.6. Pengujian Regresi	57
4.7. Uji t.....	60
4.7. Pembahasan	62
1. Pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian	62
2. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	63
3. Pengaruh Fasilitas terhadap keputusan Pembelian.....	64
4. Pengaruh Lokasi terhadap keputusan Pembelian	65
 BAB V. PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Keterbatasan Penelitian	68

5.3. Implikasi Teoritis.....	70
5.4. Rekomendasi Penelitian yang akan Datang.....	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Tedahulu.....	26
Tabel 3.1. Definisi Konsep dan Operasional Variabel.....	37
Tabel 4.1. Penyebaran Kuesioner.....	44
Tabel 4.2. Jenis kelamin.....	45
Tabel 4.3. Usia Responden.....	46
Tabel 4.4. Pekerjaan Responden	46
Tabel 4.5. Pendapatan	47
Tabel 4.6. Intensitas belanja	48
Tabel 4.7. Keputusan Pembelian	49
Tabel 4.8. Keragaman produk.....	50
Tabel 4.9 Persepsi harga	51
Tabel 4.10 Fasilitas	52
Tabel 4.11. Lokasi.....	53
Tabel 4.12. Uji Validasi	54
Tabel 4.13. Uji Reliabilitas	55
Tabel 4.14. Uji Koefisien Determinasi	56
Tabel 4.15. Uji F	57
Tabel 4.16. Uji t	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Teori black box	7
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran Teoritis	30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	75
Lampiran 2 Tabulasi Data Induk.....	82
Lampiran 3 Output SPSS	86
Lampiran 4 Catatan Konsultasi dan Bimbingan	90
Lampiran 5 Hasil Cek Tunitin.....	93