



# ANALISIS PENGARUH ANTARA PROMOSI, LOKASI, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN

## UNTUK MEMBELI DI SWALAYAN PASARAYA

### SRI RATU PEMUDA SEMARANG

#### SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang



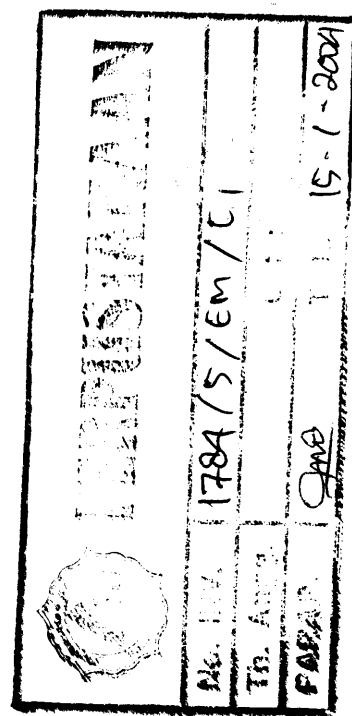
Disusun Oleh :

Nama : Christian Darmanto

NIM : 98.30.3450

Fakultas : EKONOMI

Jurusan : MANAJEMEN



UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2003

**Fakultas Ekonomi**  
**Universitas Katolik Soegijapranata**  
**Semarang**

---

**Tanda Persetujuan Skripsi**

**Nama** : Christian Darmanto  
**NIM** : 98.30.3450  
**Fakultas** : Ekonomi  
**Jurusan** : Manajemen  
**Judul** : Analisis Pengaruh Antara Promosi, Lokasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli di Swalayan Pasaraya Sri Ratu Pemuda Semarang”.

Semarang, 9 Agustus 2003

Dosen Pembimbing



(Drs. Y. Sugiharto)

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI DENGAN JUDUL:

### **ANALISIS PENGARUH ANTARA PROMOSI, LOKASI, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MEMBELI DI SWALAYAN PASARAYA SRI RATU PEMUDA SEMARANG**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Christian Darmanto

Nim : 98.30.3450

Telah dipertahankan di depan Penguji pada tanggal: 9 Agustus 2003.

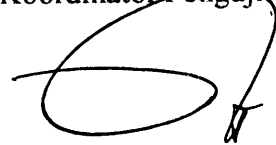
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen

Pembimbing



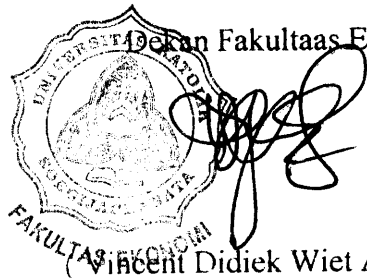
( Drs. Y. Sugiharto )

Koordinator Penguji



( Dra. Retno Yustini, MSi )

Dean Fakultas Ekonomi



( Vincent Didiek Wiet Aryanto, Ph.D )

## PERSEMBAHAN

*Skripsi Ini Kupersembahkan Untuk:*

*Tuhan Yesus Kristus Sang Juru Selamatku*

*Yang tercinta Papa & MaMaku*

*Yang selalu memberikan doa dan*

*Kasih sayang untukku*

## MOTTO

*Setiap orang dapat menjadi hebat... karena setiap orang dapat melayani. Anda tidak harus mencocokkan subyek dan kata kerja untuk melayani penuh kasih. Sebuah jiwa yang diciptakan oleh cinta.*

*(Martin Luther King, Jr)*

*Bersuka citalah dalam pengharapan.*

*Sabarlah dalam kesesakan.*

*Dan bertekunlah dalam doa.*

*(Roma 12:12)*

*Tuhan tidak pernah menjanjikan langit selalu biru ...*

*Tetapi Ia menjanjikan akan membuat kita bisa melalui segala keadaan*

*Bersyukurlah untuk semua badai dalam kehidupan anda.*

*Yang telah meledak, meniup dan melewati anda.*

*Dan tak pernah menyentuh anda.*

*(Robert H. Schuller)*

## ABSTRAKSI

Saat ini dunia usaha semakin berkembang khususnya dibidang perdagangan, banyaknya bermunculan industri-industri retail seperti pasar swalayan, departemen store, toko eceran tanpa meninggalkan adanya pasar tradisional. Adanya industri retail ini diharapkan dapat memberikan kenyamanan, kepraktisan, serta memenuhi kebutuhan sehari-hari konsumen. Dengan semakin banyaknya bermunculannya pasar swalayan di kota Semarang ini sudah tentu akan mengakibatkan munculnya persaingan antara pasar swalayan satu dengan pasar swalayan yang lain dalam merebut dan mempertahankan konsumennya. Oleh karena itu para pengusaha dituntut untuk lebih pintar dalam menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam usaha merebut dan mempertahankan konsumennya.

Untuk mengantisipasi persaingan di masa yang akan datang maka pasar swalayan Sri Ratu sebagai salah satu bagian dari bisnis retail memasarkan produknya dengan menempuh berbagai cara diantaranya dengan menjaga kualitas barang yang dijual, penetapan harga yang efektif, serta menjaga ketersediaan barang. Berdasarkan hasil pra survei terhadap beberapa konsumen, ada beberapa variabel yang dianggap penting yang jadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian di pasar swalayan. Hal ini meliputi promosi, lokasi, dan harga. Oleh karena hal ini maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **“ Analisis Pengaruh Antara Promosi, Lokasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Melakukan Pembelian di Swalayan Pasaraya Sri Ratu Pemuda Semarang. “**

Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Apakah ada pengaruh antara promosi, lokasi, dan harga terhadap keputusan konsumen untuk membeli di swalayan Sri Ratu Pemuda Semarang. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh antara promosi, lokasi, dan harga dengan keputusan pembelian konsumen.

Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Pengertian Keputusan Pembelian, Pengertian Promosi, Pengertian Lokasi, Pengertian Harga, Pengertian Pasar Swalayan. Sedangkan hipotesis yang diajukan adalah: adanya pengaruh yang signifikan antara promosi, lokasi, dan harga terhadap keputusan pembelian oleh konsumen.

Populasi yang diteliti adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di swalayan Sri Ratu Pemuda Semarang. Besarnya sampel yang diambil dengan menggunakan teknik quota Sampling yaitu sebesar 100 orang. Sedangkan pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik accidental sampling dan purposive sampling. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Skala pengukuran data dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap ~~100~~ orang responden dengan menggunakan  $\alpha = 5\%$  ( 0,05 ) menunjukkan bahwa data valid dan reliabel.

Metode analisis data yang digunakan adalah dengan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui besarnya pengaruh serta pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dan uji F. ~~Sedangkan untuk~~ mengetahui besarnya sumbangan variabel promosi, lokasi, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen digunakan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan uji t dapat diketahui bahwa variabel lokasi ( t hitung = 5,662 ) terlihat paling mempengaruhi keputusan pembelian daripada variabel promosi ( t hitung = 5,132 ) dan variabel harga ( t hitung = 4,842 ). Sedangkan besarnya sumbangan variabel promosi, lokasi, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 0,69354 atau sebesar 69,354 % sisanya dipengaruhi oleh variabel yang lain.

## KATA PENGANTAR

Dengan segala kerendahan hati, peneliti mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala kasih dan karuniaNya sehingga akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Pada penyusunan skripsi ini, peneliti membahas mengenai Analisis Pengaruh Antara Promosi, Lokasi, Dan Harga Dengan Keputusan Konsumen Untuk Membeli di swalayan Sri Ratu Pemuda Semarang.

Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, peneliti banyak mendapat bantuan, dukungan dan dorongan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, khususnya :

1. Bapak Vincent Didiek Wiet Aryanto, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Unika Soegijapranata, Semarang.
2. Bapak Drs. Y. Sugiharto selaku dosen pembimbing yang telah memberikan petunjuk, nasehat maupun bimbingan pada peneliti dalam menyusun skripsi ini mulai dari awal hingga selesai.
3. Ibu Dra. Dwi Hayu Agustini, MBA selaku dosen wali yang telah memberikan dukungan selama masa kuliah dan masa penyusunan skripsi ini.



4. Bapak Thomas Indradjaja, SE, MM selaku ketua jurusan Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Mas Heru, Mas Juang, Mas Sabar yang telah banyak membantu selama masa kuliah hingga masa penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan staff pengajaran Fakultas Ekonomi serta seluruh karyawan perpustakaan Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah banyak membantu selama masa kuliah hingga masa penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Bagus Andrianto, SE, MM selaku *Ass. HR manager* beserta seluruh staff dan karyawan Pasaraya Sri Ratu Pemuda Semarang yang telah memberikan informasi dan data mengenai kegiatan perusahaan tersebut.
8. Seluruh karyawan Pasaraya Sri Ratu Pemuda Semarang yang telah bersedia menyisihkan waktunya untuk membantu di tengah kesibukan bekerja.
9. Papa dan Mama tercinta yang selalu mengiringi doa, memberikan kasih sayang, perhatian dan dorongan baik secara moril maupun materiil selama masa kuliah hingga penyusunan skripsi ini
10. Kakak dan adikku tercinta yang selama ini memberikan dukungan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Buat seseorang yang sangat aku cintai yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini..
12. Sahabatku Indah, Happy, Budi yang telah menemani dan membantuku dalam membagikan kesioner, *Thanx For All*.

13. Teman-teman mudika Kebon Dalem: Budi Darmawan, Eddy, dkk. *Thanks For Support.*
14. Teman-teman seperjuangan skripsi Iwan dan willy yang telah menghiburku dan menemaniku dalam menyelesaikan skripsi ini..
15. Rekan-rekan seperjuangan KKN Bojong Tanti, Andi, Lina yang telah memberi dukungan dan membantu dalam doa-doanya.
16. Rekan-rekan di Koor Serafina dan semua saudara-saudaraku yang disana. Thanks untuk dukungan dan doanya.
17. Seluruh teman-teman “dolan” yang selalu membantu dan mengganguku dalam membuat skripsi.
18. Rekan-rekan terkasih dan semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga terselesaikannya skripsi ini.
19. Buat Koh Budi, Feri, Agus yang selalu memberikan bantuan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung hingga terselesaikannya skripsi ini.
20. Buat Emak dan Ku Siang yang memberikan dukungan doa kepadaku agar dapat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya atas segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada peneliti.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik dalam penyajiannya maupun dalam penggunaan bahasanya. Oleh karena itu, dengan senang hati peneliti menerima kritikan dan saran-saran yang bersifat membangun dalam menyempurnakan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat berguna untuk menambah pengetahuan bagi siapa saja yang membutuhkan dan yang membaca.

Semarang, 9 Agustus 2003

Peneliti,

Christian Darmanto

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Persetujuan .....	ii
Halaman Pengesahan .....	iii
Persembahan .....	iv
Motto .....	v
Abstraksi .....	vi
Kata Pengantar .....	viii
Daftar Isi .....	xii
Daftar Tabel .....	xvi
Daftar Gambar .....	xviii
Daftar Lampiran .....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	4
1.3. Pembatasan Masalah.....	4
1.4. Tujuan Penelitian .....	4
1.5. Manfaat Penelitian .....	5

<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>6</b>
2.1. Tinjauan Pustaka .....	6
2.1.1. Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen.....	6
2.1.2. Pengertian Promosi.....	10
2.1.3. Pengertian Lokasi .....	11
2.1.4. Pengertian Harga .....	12
2.1.5. Pengertian Pasar Swalayan .....	13
2.2. Kerangka Pikir .....	14
2.3. Hipotesis .....	15
2.4. Definisi Operasional .....	15
 <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	 <b>18</b>
3.1. Lokasi dan Objek Penelitian .....	18
3.2. Populasi dan Sampling.....	19
3.3. Jenis Data.....	20
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	20
3.5. Skala pengukuran .....	21
3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	21
1. Uji Validitas .....	21
2. Uji Reliabilitas .....	22
3.7. Teknik Analisis Data .....	23

3.7.1. Alat Analisis Data.....	23
3.7.2. Uji Hipotesis.....	24
1. Uji t .....	24
2. Uji F.....	26
3. Koefisien Determinasi.....	27
3.8. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	27
3.8.1. Hasil Uji Validitas.....	27
3.8.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	29
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>30</b>
4.1. Gambar Umum Perusahaan .....	30
4.1.1. Sejarah Singkat Pasaraya Sri Ratu.....	30
4.1.2. Motto Sri Ratu.....	32
4.2. Gambaran Umum Responden.....	32
4.2.1. Identitas Responden Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin.....	32
4.2.2. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Tingkat Pendidikan.....	34
4.3. Tanggapan Responden.....	36
4.3.1. Tanggapan Responden Terhadap Promosi.....	36
4.3.2. Tanggapan Responden Terhadap Lokasi.....	37
4.3.3. Tanggapan Responden Terhadap Harga.....	39
4.4. Hasil Analisis Data.....	40

4.4.1. Analisis Regresi Berganda.....	40
4.4.2. Pengujian Hipotesis.....	40
4.4.2.1. Pengujian Hipotesis Uji t.....	40
1. Pengujian Hipotesis No 1.....	40
2. Pengujian Hipotesis No 2.....	42
3. Pengujian Hipotesis No 3.....	43
4.4.2.2. Pengujian Hipotesis Uji F.....	44
4.4.3. Analisis Koefisien Determinasi.....	45
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	46
5.1. Kesimpulan .....	46
5.2. Saran .....	48
Daftar Pustaka	
Lampiran	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Karakteristik penjual ( swalayan Sri Ratu ) yang Jadi Pertimbangan Keputusan Pembelian Konsumen.....	3
Tabel 3.1.	Hasil Uji Validitas .....	28
Tabel 3.2.	Hasil Uji Reliabilitas .....	29
Tabel 4.1.	Responden Berdasarkan Usia Dan Jenis Kelamin .....	34
Tabel 4.2.	Responden Berdasarkan Pekerjaan Dan Tingkat Pendidikan.....	35
Tabel 4.3.	Tanggapan Responden Terhadap Promosi.....	36
Tabel 4.4.	Tanggapan Responden Terhadap Lokasi.....	38
Tabel 4.5.	Tanggapan Responden Terhadap Harga.....	39



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pikir Penelitian .....	14
--	----

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner *Survey* Pendahuluan
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Print Out Regresi Berganda Linier
- Lampiran 4 Tanggapan Responden
- Lampiran 5 Hasil Pegujian Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 6 Tabel r Product Moment, Tabel t, Tabel F
- Lampiran 7 Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 8 Pernyataan Keaslian Skripsi
- Lampiran 9 Bukti Bimbingan Skripsi

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Kegiatan pemasaran merupakan salah satu bagian pokok yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk dapat melangsungkan dan mengembangkan usahanya serta mendapatkan keuntungan usaha. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan menjerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler, 1997: 8). Kegiatan pemasaran meliputi kegiatan-kegiatan perencanaan, promosi penjualan, dan pendistribusian produk dan jasa kepada konsumen. Tujuan kegiatan pemasaran adalah mempengaruhi perilaku konsumen untuk bersedia memiliki barang atau jasa. Ketika mereka masuk pasar kegiatan pemasaran dalam perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga diharapkan konsumen produk atau jasa akan dapat dipertahankan atau ditingkatkan. Semua langkah yang harus dilakukan perusahaan harus berorientasi kepada konsumen. Hal ini dapat dikarenakan konsumen bukan hanya lagi sebagai pemakai namun konsumen sudah menjadi partner dalam melakukan pemasaran bagi produk baik berupa barang maupun jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

Dilihat dari kecenderungan atau trendnya jumlah penduduk suatu negara kita secara absolut kita masih terus akan bertambah. Keadaan ini memberikan indikasi bahwa jumlah konsumen akan meningkat sehingga jumlah peluang bisnis

juga akan meningkat. Seperti halnya berbagai bentuk usaha ritel yang bermunculan di Indonesia dan semakin berkembang pesat seiring dengan perkembangan bisnis pada suatu perkotaan. Bisnis ritel ini adalah semua kegiatan yang melibatkan penjualan barang dan jasa langsung kepada konsumen untuk penggunaan yang bersifat pribadi, bukan untuk bisnis (Stanton, 1993 : 9). Bisnis ritel berskala nasional yang terdapat di Semarang antara lain Matahari, Hero, Gelael, Ada Swalayan, Sri Ratu, dan lain-lain.

Swalayan Sri Ratu merupakan suatu usaha dibidang bisnis eceran, dimana konsumen merupakan kunci usaha dibidang tersebut. Swalayan Sri Ratu telah lama ada hingga saat ini masih bertahan bahkan mampu bersaing dengan pasar swalayan yang lain. Untuk menghadapi persaingan yang ketat antar pasar swalayan yang satu dengan yang lain dalam merebut konsumennya perlu diketahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen. Swalayan Sri Ratu yang sudah lama kita kenal ini sekarang juga tidak bisa lepas dari persaingan ketat diantara bisnis ritel yang lainnya. Selain itu Swalayan Sri Ratu juga harus bersaing dengan para pesaing yang telah ada sebelumnya seperti pasar tradisional (pasar Johar dan pasar Peterongan) sehingga penyusunan kebijaksanaan pemasaran yang sesuai dengan perkembangan konsumen yang sangat di perlukan.

Apakah dengan berdirinya bisnis ritel yang ada pasar-pasar tradisional menjadi musnah ? Ternyata tidak, pasar tradisional ini masih tetap bergairah dan dinamis. Dalam hal ini sudah terjadi hubungan pribadi, penjual dengan pembeli dengan peranan penting dalam penciptaan pasar. Pelanggan yakin bahwa dia diberi yang terbaik oleh penjual. Hal ini merupakan salah satu contoh yang harus



dicermati oleh pelaku bisnis ritel, selain itu juga perlu diketahui faktor-faktor lain yang menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian konsumen. Ini dapat diketahui dengan mengadakan riset pasar sebagai salah satu indikator karena kunci kesuksesan bisnis ritel ini terletak pada kemampuan untuk meraih dan mempertahankan konsumen.

Pada survey pendahuluan yang telah dilakukan terhadap 50 responden pada swalayan "Sri Ratu" Pemuda yang peneliti lakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang jadi pertimbangan seseorang untuk melakukan keputusan pembelian karena keberhasilan bisnis ini terletak pada cara meraih dan mempertahankan konsumen. Dari hasil survey tersebut di peroleh data 32 % responden memilih promosi, 22 % responden memilih lokasi, 18 % responden memilih harga. Untuk keterangan lebih lanjut lagi dapat dilihat dari tabel di bawah ini.

**Tabel .1**  
**Karakteristik penjual (Swalayan Sri ratu) yang Menjadi Pertimbangan Keputusan Pembelian Konsumen**

Faktor utama yang jadi pertimbangan dalam keputusan pembelian	Frekuensi	Prosentase
Lokasi	11	22%
Pelayanan	5	10%
Harga	9	18%
Aneka pilihan produk	4	8%
Kenyamanan tempat	3	6%
Promosi	16	32%
Fasilitas (penitipan barang, AC, kereta dorong)	2	4%
Total	50	100%

**Sumber :** Survey pendahuluan di swalayan Sri Ratu Pemuda Semarang

Berdasarkan dari hal tersebut diatas, maka penulisan proposal penelitian ini mengambil judul: "**Analisis Pengaruh Antara Promosi, Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen untuk Membeli di Swalayan Pasaraya Sri Ratu Pemuda Semarang**"

## **1.2. Rumusan Masalah**

Adapun dari uraian diatas dapat dirumuskan sebagai berikut :

- a. Apakah ada pengaruh antara masing-masing variabel promosi, lokasi, dan harga terhadap keputusan konsumen untuk membeli di swalayan pasaraya Sri Ratu Pemuda Semarang.
- b. Apakah ada pengaruh antara variabel promosi, lokasi, dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan konsumen untuk membeli di swalayan pasaraya Sri Ratu Pemuda Semarang.

## **1.3. Pembatasan Masalah**

Dalam penelitian ini, penulis membatasi masalah pada variabel promosi, lokasi, dan harga karena berdasarkan pra survey terhadap 50 responden mempunyai prosentase diatas rata-rata daripada variabel yang lain.

## **1.4. Tujuan Penelitian**

Adapun dari tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel promosi, lokasi, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen

- b. Untuk mengetahui pengaruh variabel promosi, lokasi, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen secara bersama-sama.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi pihak lain (masyarakat)

Laporan penelitian ini dapat berguna untuk menambah pengetahuan dan memberikan contoh yang mungkin dapat diperlukan oleh pembaca (masyarakat)

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini berguna bagi pihak manajemen Sri Ratu Pemuda dalam mengambil kebijaksanaan berkaitan dengan faktor promosi, lokasi, dan harga dengan keputusan membeli konsumennya