

**PENGARUH PROMOSI, PRODUK, DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO
ICHA FASHION AJAMU**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Labuhanbatu



**OLEH:
NIKI SULISTIAWATI
2201100112**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LABUHANBATU
RANTAUPRAPAT
2026**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

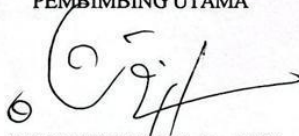
NAMA : NIKI SULISTIAWATI
NPM : 2201100112
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PROMOSI, PRODUK, DAN
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI TOKO ICHA FASHION AJAMU

RANTAUPRAPAT, 05 Januari 2026

DISETUJUI:

PEMBIMBING UTAMA

PEMBIMBING PENDAMPING



RIZKI SYAHPUTRA, Lc. MEI
NIDN. 0117058803



JUNITA LUBIS, SE, M.Si
NIDN. 0122068801

MENYETUJUI:

DEKAN

KAPRODI MANAJEMEN



ALFA KARNAIN NASUTION, SE, M.Si
NIDN. 0116087401



YUNIMAN ZEHA, SE, M.M
NIDN. 0117067201

LEMBARPERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI

NAMA : NIKI SULISTIAWATI
NPM : 2201100112
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PROMOSI, PRODUK, DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
TOKO ICHA FASHION AJAMU

Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu adalah hasil karya tulis penulis sendiri. Semua kutipan maupun rujukan dalam penulisan skripsi ini telah penulis cantumkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jika di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya penulis atau plagiat, penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang disandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Rantauprapat, 05 Januari 2026

Yang Membuat Pernyataan



Niki Sulistiawati
NPM. 2201100112

ABSTRAK

NIKI SULISTIAWATI / NPM. 2201100112. PENGARUH PROMOSI, PRODUK, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO ICHA FASHION AJAMU. 2026. SKRIPSI.

Penelitian ini dilatarbelakangi bahwa dalam sebuah perusahaan khususnya pada perusahaan fashion memerlukan pemasaran dalam bidang promosi, produk dan lokasi untuk sebagai pertimbangan keputusan konsumen. Pemasaran sendiri mempunyai arti yaitu suatu strategi yang dilakukan perusahaan untuk memperkenalkan, mengingatkan, dan membujuk masyarakat agar mau membeli barang dan jasanya. Tujuan dari pemasaran sendiri adalah untuk memberikan kepuasan pada pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui apakah variabel promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) untuk mengetahui apakah produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) untuk mengetahui apakah lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (4) untuk mengetahui apakah promosi, produk dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan kuisioner sebagai data. Penelitian ini menggunakan teknik incidental sampling. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 97 responden yang diambil dari konsumen Icha Fashion Ajam, Teknik yang digunakan untuk menganalisis data adalah dengan program SPSS IBM 27. Teknik analisis data pada penelitian ini dengan analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi (R^2), uji t dan uji F. Hasil pengujian ini secara parsial (t) menunjukkan bahwa variabel promosi mempunyai nilai $5,696 > 1,985$, Variabel produk dengan nilai $2,731 > 1,985$, Variabel lokasi dengan nilai $2,241 > 1,985$, hasil penelitian secara simultan seluruh variabel independent memberikan pengaruh terhadap Keputusan pembelian. Dan hasil uji simultan (F) menunjukkan bahwa variabel promosi, produk dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian dengan nilai $45,798$.

Kata Kunci :Promosi, Produk, Lokasi dan Keputusan pembelian

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Puji beserta syukur penulis ucapkan kepada kehadiran Allah Swt yang telah memberikan Rahmad dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi, yang penulis beri judul “Pengaruh Promosi, Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Icha Fashion Ajamu”. Adapun tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.

Didalam penyusunan skripsi ini banyak pihak-pihak yang terlibat didalam terselesaikan nya skripsi ini, untuk itu peneliti ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

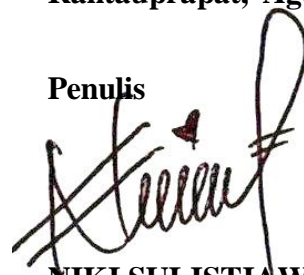
1. Bapak Ade Parlaungan Nasution, SE, M.Si, Ph.D, selaku Rektor Universitas Labuhanbatu
2. Bapak Dr. Zulkarnain Nasution, SE., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu
3. Bapak Yuniman Zebua, SE, MM, selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Labuhanbatu
4. Bapak Rizki Syahputra, Lc, M.Ei, sebagai Dosen Pembimbing Utama skripsi, yang sudah sangat baik didalam proses bimbingan hingga dapat terselesaikan nya la skripsi ini

5. Ibu Junita Lubis, Se, M.Si, MEI, sebagai Dosen Pembimbing Pendamping skripsi. Yang sudah memberikan banyak masukan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini
6. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada cinta pertama dan panutan saya Bapak Ngatemin. Beliau memang tidak sempat merasakan bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, bekerja keras, memberi motivasi, memberi dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan masa program studi ini sampai selesai. Terima kasih karena tidak pernah meragukan anak perempuanmu ini dan selalu mengusahakan apapun untuk saya.
7. Kepada pintu surgaku Ibu Siti Halimah. Beliau sangat berperan penting dalam proses menyelesaikan program studi ini, beliau yang mengajarkan banyak hal. Beliau juga yang mengajarkan saya bahwa betapa pentingnya seorang perempuan berpendidikan agar kelak dapat menjadi ibu yang cerdas untuk anak-anaknya. Mama terima kasih untuk semangat yang diberikan, serta doa yang mama panjatkan untuk saya. Penulis yakin 100% bahwa doa mama yang telah banyak menyelamatkan saya dalam menjalani hidup.
8. Kepada Kakak saya Sri Multianti Amkeb dan Abang saya Muhammad Saleh S.P terima kasih karena telah memberi motivasi semangat dan dorongan kepada saya hingga akhir dan meyakinkan saya jika saya mampu menyelesaikan studi ini.

9. Kepada sepupu saya Karisma Arum Deviana, S.Si. Terima kasih banyak karena telah memberi dukungan, meluangkan waktu dan tenaga, serta selalu menghibur selama proses penyelesaian skripsi ini.
10. Terakhir, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada satu sosok yang selama ini diam-diam berjuang tanpa henti. Seorang perempuan sederhana dengan impian yang tinggi, yang selalu memendam semua masalah sendirian namun sering kali sulit ditebak isi pikiran dan hati. Terima kasih kepada penulis Tugas Akhir ini yaitu saya sendiri, Niki Sulistiawati. Anak terakhir yang sedang melangkah menuju dewasa yang dikenal egois. Terima kasih telah hadir di dunia ini, telah bertahan sejauh ini dan terus berjalan melewati tantangan yang semesta hadirkan. Terima kasih karena tetap berani menjadi dirimu sendiri. Aku bangga atas setiap langkah kecil yang kamu ambil, atas semua pencapaian yang mungkin tidak dirayakan orang lain.

Rantauprapat, Agustus 2025

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Niki Sulistiawati', with a small red heart symbol above the 'i' in 'Niki'.

NIKI SULISTIAWATI

DAFTAR ISI

RINGKASAN.....	iii
PRAKATA	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	2
C. Pembatasan Masalah	3
D. Rumusan Masalah	3
E. Tujuan Penelitian.....	3
F. Manfaat Penelitian.....	3
BAB II. LANDASAN TEORI.....	4
A. Penelitian Terdahulu.....	4
B. Uraian Teori.....	5
1. Promisi	6
2. Produk.....	8
3. Lokasi	5
4. Keputusan Pembelian	6
C. Kerangka Berpikir	5
D. Hipotesis Penelitian	6
BAB III. METODE PENELITIAN.....	11
A. Tempat dan Waktu Penelitian	11
B. Populasi Dan Sampel Penelitian.....	11
1. Populasi	11
2. Sampel	12
C. Defenisi Operasional Variabel.....	14
D. Jenis Dan Sumber Data	11
1. Data Primer.....	11
E. Teknik Pengumpulan Data.....	12
F. Uji Instrumentasi Penelitian	14
1. Uji Validitas	11
2. Uji Reliabilitas	12
G. Metode Analisis Data	11
1. Analisis Deskriptif	11
2. Uji Asumsi Klasik	12

a. Uji Normalitas.....	13
b. Uji Heteroskedastisitas.....	13
c. Uji Multikolinearitas	13
3. Analisis Regresi Linier Berganda	14
4. Uji Hipotesis	14
a. Uji T	15
b. Uji F	15
c. Uji Determinasi	15
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	22
A. Hasil Penelitian	22
1. Gambaran Perusahaan (Visi, Misi, Struktur Organisasi, Job Deskripsi).....	22
2. Hasil Deskriptif Responden.....	35
3. Hasil Deskriptif Variabel Penelitian	37
4. Hasil Analisis Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas)	45
5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda (Uji t, Uji f dan Koefisien Determinan)	47
B. Pembahasan.....	49
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	50
A. Kesimpulan.....	50
B. Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	52