

**PENGARUH PROMOSI, SUASANA TOKO, LOKASI
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI TOKO DENI STORE
SIMPANG AJAMU**

SKRIPSI

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



Oleh :
LILY ROSADI
20.013.00.197

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

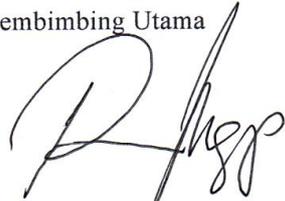
2023

LEMBAR PENGESAHAN/PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : **LILY ROSADI**
NPM : 20.013.00.197
PROGRAM STUDI : S1-MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PROMOSI, SUASANA TOKO,
LOKASI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO
DENI STORE SIMPANG AJAMU

Disetujui pada tanggal :

Pembimbing Utama



Rizki Syahputra, Lc., M.El.
NIDN. 0117058803

Disetujui :

Pembimbing Pendamping



Drs. Zufrie., MM.
NIDN. 0116126701

Menyetujui :

Dekan



Pristiyono, SE., M.Si
NIDN. 0128109301

Kapradhi Manajemen



Abdul Halim, SE., M.Si
NIDN. 0126128901

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI

NAMA : **LILY ROSADI**
NPM : 20.013.00.197
PROGRAM STUDI : S-1 Manajemen
JUDUL ARTIKEL : **PENGARUH PROMOSI, SUASANA TOKO, LOKASI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO DENI STORE SIMPANG 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 artikel ini telah penulis cantumkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jika dikemudian 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, 26, Juni 2024
Yang membuat pernyataan



LILY ROSADI
NPM. 20.013.00.197

ABSTRAK

Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya. Keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan tingkah laku setelah pembelian. Perilaku konsumen dapat diartikan sebagai suatu kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan serta menggunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penerapan kegiatan. Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka.

Secara parsial bahwa variabel Promosi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Toko Deni Store. Hasil uji parsial (uji t) dengan $T_{hitung} (3,985) > T_{tabel} (2,000)$ dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$. maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara parsial bahwa Suasana Toko (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Toko Deni Store dengan $T_{hitung} (2,926) > T_{tabel} (2,000)$. dengan nilai signifikan $0.004 < 0.05$. maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Suasana Toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara parsial bahwa Lokasi (X3) berpengaruh positif dan signifikan menunjukkan bahwa T_{hitung} sebesar 2,980, $t_{tabel} 2,000$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$), dengan nilai signifikan $0.003 < 0.05$. maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara parsial bahwa Kualitas Produk (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Toko Deni Store dengan $T_{hitung} (3,335) > T_{tabel} (2,000)$ dengan nilai signifikan $0.008 < 0.05$. maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kata Kunci: Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembeli, Toko Deni Store

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, berkat Rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **Pengaruh Promosi, Suasana Toko, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Deni Store Simpang Ajamu.**

Penulis Skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat memenuhi tugas akhir guna mengikuti ujian skripsi pada Universitas Labuhanbatu Fakultas Ekonomi dan Bisnis, penulis menyadari bahwa penulisan Skripsi ini belum dapat dikatakan sempurna dan masih jauh dari apa yang diharapkan baik nilai ilmiahnya maupun nilai substansinya, hal ini disebabkan karena sangat minimnya pengetahuan yang dimiliki serta kemampuan penulis dalam penyusunan Skripsi belum mencapai tingkat sebagaimana yang diharapkan, berkenaan dengan hal ini penulis dengan segala kerendahan hati mengharapakan kritik dan saran dari pihak pembaca guna menyempurnakan penulisan Skripsi ini.

Atas bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Ade Parlaungan Nasution SE, M.Si., Ph.D Selaku Rektor Universitas Labuhanbatu.
2. Bapak Pristiyono, SE, M.Si Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
3. Bapak Abdul Halim Pasaribu, SE, M.Si Selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.

4. Bapak Rizki Syahputra., Lc. M.El.. Selaku Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktunya dan banyak memberikan gambaran-gambaran tentang penulisan skripsi ini hingga selesai.
5. Bapak Drs. Zufrie., M.M., Selaku Dosen Pendamping yang telah berusaha payah untuk membimbing penulis hingga skripsi ini selesai.
6. Para Dosen dan Staff Universitas Labuhanbatu yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
7. Bapak Owner Toko DENI STORE yang telah memberi izin kepada penulis melaksanakan penelitian.
8. Kepada orang tua tercinta atas bantuan materil, moril dan spiritualnya hingga penulis berhasil menyelesaikan perkuliahannya.
9. Teman-temanku khususnya kelas manajemen yang telah banyak membantu memberikan saran maupun buah pikiran bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya kepada Bapak/Ibu Dosen dan semua rekan-rekan atas segala kesilapan dan kesalahan yang telah diperbuat penulis selama ini, dan semoga Skripsi yang sangat sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca dan pihak lain yang memerlukan.

Rantauprapat, Desember 2023



Lily Rosadi
NPM. 20.013.00.197

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan dan Perumusan Masalah.....	6
1. Batasan Masalah	6
2. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASARAN TEORI	8
A. Peneliti Terdahulu	8
B. Uraian Teori.....	8
C. Kerangka Konseptual.....	38
D. Hipotesa Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	41
B. Populasi dan Sampel Penelitian	42
C. Defenisi Operasional Variabel.....	43
D. Jenis dan Sumber Data.....	44
E. Teknik Pengumpulan Data.....	45
F. Uji Instrumen Penelitian	46
G. Metode Analisis Data.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
A. Hasil Penelitian	53
B. Pembahasan.....	72
BAB VKESIMPULAN DAN SARAN	76
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN KUESIONER	81

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8
3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian.....	41
3.2 Defenisi Operasional Variabel	43
4.1 Karakteristik Usia Responden.....	55
4.2 Karakteristik Pendidikan Terakhir Responden.....	55
4.3 Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	56
4.4 Tanggapan Responden Variabel Promosi (X1).....	57
4.5 Tanggapan Responden Variabel Suasana Toko (X2)	58
4.6 Tanggapan Responden Variabel Lokasi (X3)	60
4.7 Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk (X4)	61
4.7 Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	62
4.8 Uji Multikolieneritas	65
4.9 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	67
4.10 Uji Parsial (Uji-T)	68
4.11 Uji Simultan (F)	71

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	39
4.1 Karakteristik Usia Responden.....	52
4.2 Grafik Normal P-P Plot.....	64
4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuesioner	81
--------------------------	----