

**PENGARUH HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPANDUK/
BANNER DI PT. GUNDALING BELINKEN**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

**AGUNG ROIHAN
NIM: 2412008218**



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2024**



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPANDUK/
BANNER DI PT. GUNDALING BELINKEN**

Oleh:

Nama : AGUNG ROIHAN
NIM : 2412008218
Program Studi : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 7 Agustus 2024

Dosen Pembimbing, Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S. Si, M.M.

Drs. Henky Hendrawan, MM., M.Si

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S.



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPANDUK/
BANNER DI PT. GUNDALING BELINKEN**

Oleh:

Nama : AGUNG ROIHAN
NIM : 2412008218
Program Studi : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 7 Agustus 2024
Waktu : 14.00 – 15.20 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Dr. Hanantyoko Dewanto, S.P., M.M. (.....)

Anggota : Yumartono, SE, MM (.....)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, MM., M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : AGUNG ROIHAN

NIM : 2412008218

Jurusan : MANAJEMEN

Nomor KTP : 3201311604010005

Alamat : Kp. Cileueur Rt.02/Rw.09 Sukaresmi Tamansari Kabupaten Bogor

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Spanduk/Banner Di PT. Gundaling Belinken Bogor ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan izin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 7 Agustus 2024

Agung Roihan

ABSTRAK

AGUNG ROIHAN. NIM: 2412008218. Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Spanduk/Banner Di PT. Gundaling Belinken.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh harga, lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu teknik *non probability sampling* Adapun metode lain yang digunakan yaitu untuk menentukan sampel yaitu metode *sampling snowball* (bola salju) merupakan metode sampling yang didapat dengan cara bergulir dari satu responden ke responden yang lain. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 97 orang responden.

Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pada variabel terikat yaitu variabel keputusan pembelian dan variabel bebas yaitu harga, lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk spanduk/banner di PT.Gundaling Belinken. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Semua pernyataan valid, reliabel dan normal. Hasil menunjukan bahwa koefisien determinasi (R^2) variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebesar $R^2 = 0,846$ atau 84,6%. Variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat.

Dari penelitian menunjukan bahwa Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian spanduk/banner di PT. Gundaling Belinken . Hal ini dibuktikan dengan thitung lebih kecil dari ttabel ($1,417 < 1,984$). Dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian spanduk/banner di PT. Gundaling Belinken. Hal ini dibuktikan dengan thitung lebih besar dari ttabel ($2,287 > 1,984$). Kemudian kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian spanduk/banner di PT. Gundaling Belinken. Hal ini dibuktikan dengan thitung lebih besar dari ttabel ($10,519 > 1,984$). Sedangkan hasil dari uji simultan variabel harga, lokasi dan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan sebesar fhitung $182,709 > f$ tabel $2,400$ terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukan bahwa, semakin baik harga, lokasi dan kualitas produk yang diberikan, maka akan meningkatkan keputusan pembelian spanduk/banner di PT. Gundaling Belinken.

Kata Kunci : Harga, lokasi, kualitas produk, keputusan pembelian

ABSTRACT

AGUNG ROIHAN. NIM: 2412008218. *The Influence of Price, Location and Product Quality on Banner Purchasing Decisions at PT. Gundaling Belinken.*

This study aims to analyze the influence of price, location and product quality on purchasing decisions. This study uses a sampling technique, namely the non-probability sampling technique. Another method used to determine the sample is the snowball sampling method, which is a sampling method obtained by rolling from one respondent to another. The sample in this study amounted to 97 respondents.

The data collection instrument used a questionnaire. The dependent variable is the purchasing decision variable and the independent variables are price, location and product quality on the purchase decision for banner products at PT. Gundaling Belinken. The data analysis method used is multiple linear regression. All statements are valid, reliable and normal. The results show that the coefficient of determination (R^2) of the independent variable on the dependent variable is $R^2 = 0.846$ or 84.6%. The independent variable can explain the dependent variable.

From the research shows that Price does not significantly influence the decision to purchase banners/banners at PT. Gundaling Belinken. This is evidenced by t_{count} smaller than t_{table} ($1.417 < 1.984$). And location significantly influences the decision to purchase banners/banners at PT. Gundaling Belinken. This is evidenced by t_{count} greater than t_{table} ($2.287 > 1.984$). Then product quality significantly influences the decision to purchase banners/banners at PT. Gundaling Belinken. This is evidenced by t_{count} greater than t_{table} ($10.519 > 1.984$). While the results of the simultaneous test of the variables price, location and product quality have a significant influence of $f_{count} 182.709 > f_{table} 2.400$ on purchasing decisions. This shows that, the better the price, location and quality of the product provided, the more it will increase the decision to purchase banners/banners at PT. Gundaling Belinken. Keywords: Price, location, product quality, purchasing decisions.

Keywords: Price, location, product quality, purchasing decisions

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Spanduk/Banner Di PT. Gundaling Belinken disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis melihat fenomena masyarakat yang semakin gemar untuk melakukan pembelian di berbagai perusahaan percetakan *Offset* maupun *Digital Printing*. Oleh sebab itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui percetakan seperti apa yang diinginkan masyarakat di masa yang akan datang. Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang kepada:

1. Bapak Mildy Rifa'I, S.E. selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Prof. Dr. Abdul Hamid, MS selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Drs. Henky Hendrawan, MM., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Jurusan ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Ibu Altatit Dianawati, S.Si., MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Program Studi Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.
6. Para staf dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepuh hati.

7. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2020 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
8. Bapak Agustinus Arapen Ginting selaku Pimpinan PT. Gundaling Belinken Bogor yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
9. Ayahanda Komarudin serta Ibunda Lina Wati tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
10. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Amiin.

Depok, 7 Agustus 2024

Penulis,

AGUNG ROIHAN

NIM: 2412008218

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBARAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN SIDANG	iii
LEMBARAN PERNYATAAN SIDANG	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	4
1.3. Pembatasan Masalah	4
1.4. Perumusan Masalah	4
1.5. Tujuan Penelitian	5
1.6. Manfaat Penelitian	5
1.7. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Landasan Teori.....	7
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.2. Pengaruh Harga.....	8
2.1.3. Lokasi.....	10
2.1.4. Kualitas Produk.....	12
2.1.5. Keputusan Pembelian.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Konseptual	18
2.4 Hipotesis.....	18
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	20
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	20
3.2. Jenis Penelitian.....	20

3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	21
3.3.1 Populasi	21
3.3.2 Sampel.....	21
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.5. Definisi Operasional Data	22
3.5.1 Variabel Bebas	23
3.5.2 Variabel Terikat	25
3.6. Teknik Analisis Data.....	27
3.6.1 Skala dan Angka Penafsiran.....	27
3.6.2 Persamaan Regresi	28
3.6.3 Uji Kualitas Data.....	39
3.6.4 Uji Asumsi Klasik	30
3.6.5 Uji Hipotesis.....	30
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1. Hasil Penelitian	33
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	33
4.1.2 Karakteristik Responden	34
4.1.3 Tanggapan Responden	35
4.1.4 Hasil Uji Kualitas Data	42
4.1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	47
4.1.6 Hasil Uji Hipotesis	50
4.2. Pembahasan.....	53
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	57
5.1. Simpulan	57
5.2. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perbandingan Harga, Bahan Spanduk/Banner PT. Gundaling Belinken Dan Dua Percetakan Lainnya (Kota Bogor).....	2
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1	Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	20
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel.....	26
Tabel 3.3	Angka Penafsiran	28
Tabel 4.1	Karakteristik Responden	34
Tabel 4.2	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Dalam Variabel Harga.....	35
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Dalam Variabel Lokasi	37
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Dalam Variabel Kualitas Produk	49
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Dalam Variabel Keputusan Pembelian	41
Tabel 4.6	Uji Validitas Pada Pernyataan Dalam Variabel Harga	43
Tabel 4.7	Uji Validitas Pada Pernyataan Dalam Variabel Lokasi	44
Tabel 4.8	Uji Validitas Pada Pernyataan Dalam Variabel Kualitas Produk	45
Tabel 4.9	Uji Validitas Pada Pernyataan Dalam Variabel Keputusan Pembelian	46
Tabel 4.10	Uji Reliabilitas Pada Setiap Variabel.....	47
Tabel 4.11	Hasil Kolmogorov Smirnov Test	48
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinieritas	49
Tabel 4.13	Hasil Uji Glejser.....	50
Tabel 4.14	Hasil Persamaan Regresi Berganda	50
Tabel 4.15	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	51
Tabel 4.16	Hasil Koefisien Determinasi	52

Tabel 4.17 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	53
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	18
Gambar 4.1 Grafik Histogram.....	48
Gambar 4.2 Grafik Scatterplot.....	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian	62
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian	63
Lampiran 3. Tabulasi Data	66
Lampiran 4. Hasil Output SPSS	68
Lampiran 5. Kartu Bimbingan Skripsi	74
Lampiran 6. Hasil Turnitin	75
Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup	76
Lampiran 8. r tabel	77
Lampiran 9. F tabel	78
Lampiran 10. T tabel	79