

SKRIPSI

**PENGARUH PEMILIHAN TATA LETAK PRODUK,
HARGA DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SWALAYAN
“GRACE MART” BANGUN JAYA**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian



OLEH :

NINGSIH PURNAWATI

NIM : 1525084

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN

2019

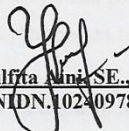
HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : NINGSIH PURNAWATI
NIM : 1525048
JUDUL PENELITIAN : PENGARUH TATA LETAK PRODUK, HARGA DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SWALAYAN GRACE MART BANGUN JAYA


Sripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada Ujian Akhir Komprehensif Program Studi Manajemen pada hari kamis 27 juli 2019 dan telah dilakukan perbaikan sesuai dengan simpulan dan saran Tim Penguji.

Pasir Pengaraian, juli 2019

Pembimbing I

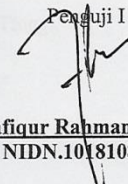

Yulfiya Anis, SE., MM
NIDN.1024097802

Pembimbing II

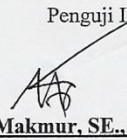

Hidayat, SE., MM
NIDN.1027058603

Penguji Ujian Akhir Komprehensif

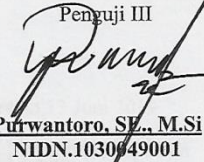
Penguji I


Arrafiqur Rahman, SE., MM
NIDN.1018108502

Penguji II


Makmur, SE., MMA
NIDN.1010038001

Penguji III


Purwantoro, SE., M.Si
NIDN.1030649001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian


Arrafiqur Rahman, SE., MM
NIDN.1018108502



PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : NINGSIH PURNAWATI
Nomor Induk Mahasiswa : 1525048
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH TATA LETAK PRODUK, HARGA
DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SWALAYAN
GRACE MART BANGUN JAYA

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis disuatu institusi pendidikan serta tidak juga terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain. Kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ditemukan unsur plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena skripsi saya ini, serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Pasir Pengaraian, 13 Juni 2019

at Pernyataan

NINGSIH PURNAWATI

ABSTRAK

Ningsih Purnawati. 1525048. Pengaruh Tata Letak Produk, Harga Da Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan Grace Mart Bangun Jaya. Pembimbing Satu : Yulfita Aini, SE., MM, dan Pembimbing Kedua : Hidayat, SE., MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tata letak produk, harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling Method*. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang konsumen dari Grace Mart Bangun Jaya dan kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis data secara kuantitatif dan kualitatif. Analisis kuantitatif meliputi: uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F, serta analisis koefisien determinasi (R^2). Analisis kualitatif merupakan interpretasi dari data-data yang diperoleh dalam penelitian serta hasil pengolahan data yang sudah dilaksanakan dengan memberi keterangan dan penjelasan. Data-data yang telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut: $Y = -20.207 + 0,053X_1 + 0,242X_2 + 0,527X_3 + e$. Dimana variabel Keputusan Pembelian (Y), variabel Tata Letak Produk (X_1), variabel Harga (X_2) dan variabel Kelengkapan produk (X_3). Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa ketiga variabel independen yang diteliti secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian. Angka *R Square* sebesar 0,306 menunjukkan bahwa 30,6% variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 69,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel tata letak produk, harga dan kelengkapan produk baik secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Grace Mart Bangun Jaya. Peneliti menyarankan agar perusahaan semakin memperbaiki tata kelola baik dari segi tata letak produk, harga maupun kelengkapan produk yang diberikan agar semakin banyak menarik konsumen untuk berbelanja.

Kata Kunci : Tata letak Produk, Harga, Kelengkapan Produk, Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Pertama-tama dengan mengucapkan Alhamdulillah Rabbil'alam, Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan suatu bentuk tugas akhir Karya Ilmiah yang merupakan persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana Strata Satu pada jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pasir Pengaraian.

Kedua kalinya tidak akan pernah terlupakan dengan mengucap Allahumma Shalli'ala Sayyidina Muhammad, tetap tercurahkan pada junjunganku Nabi Besar Muhammad SAW, karena dengan barokah dan tuntunan-Nya hingga mengantarkan seluruh umat-Nya mengerti mana yang baik dan buruk.

Dalam kesempatan ini, penulis memberi judul : **“PENGARUH TATA LETAK PRODUK, HARGA DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SWALAYAN GRACE MART BANGUN JAYA”**. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kesempurnaan, semua itu dikarenakan proses pembelajaran yang tentunya tidak luput dari kekurangan dan kesalahan yang diakibatkan keterbatasan kemampuan pada penulis.

Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca sekalian, yang mungkin bisa penulis pergunakan sebagai bahan masukan dalam memperbaiki kekurangan dan kesalahan tersebut.

Mengingat banyaknya kendala dalam proses penyelesaian pembuatan skripsi sebelumnya yang akhirnya bisa terselesaikan seperti ini, karena ini semua tidak luput dari dorongan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung ataupun tidak. Maka dari itu dengan kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Adolf Bastian M.Pd, Rektor Universitas Pasir Pengaraian yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu pada Universitas Pasir Pengaraian.

2. Bapak Arrafiqur Rahman, SE., MM, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian
3. Bapak Purwanto, SE., Msi, Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pasir Pengaraian.
4. Ibu Yulfita Aini, SE., MM, sebagai pembimbing I, yang telah mengarahkan dan memotivasi penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Bapak Hidayat, SE., MM, sebagai pembimbing II yang juga telah mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
6. Ibu Devi, selaku pimpinan Grace Mart Bangun Jaya, yang dengan sabar hati menjawab segala pertanyaan penulis selama melakukan riset.
7. Semua pihak yang tak mungkin penulis sebut satu persatu, yang telah memberikan informasi berkaitan dengan penelitian ini.

Tentu saja, penulis mengucapkan terimakasih yang setulus hati kepada mereka. Penulis juga menyampaikan rasa terimakasih kepada keluarga penulis dan juga kepada seluruh rekan-rekan se-angkatan yang ikut mendukung penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pemerintah, peneliti lain dan pihak yang berkepentingan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dibidang manajemen

Pasir Pengaraian, May, 2019

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

COVER	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Masalah.....	7
1.4. Manfaat penelitian	8
1.5. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	
2.1. Landasan Teori	9
2.1.1 Konsep Manajemen pemasaran.....	9
2.1.2 Tata Letak Produk	12
2.1.3 Harga	19
2.1.4 Kelengkapan Produk	21
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	28
2.1.6 Peneliti Terdahulu Yang Relevan	31
2.2. Kerangka Konseptual.....	34
2.3. Hipotesis.....	35

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian	36
3.2 Populasi dan Sampel.....	36
3.2.1 Populasi.....	36
3.2.2 Sampel	37
3.3 Jenis dan Sumber Data	38
3.3.1 Jenis Data	38
3.3.2 Sumber Data.....	39
3.4 Teknik Pengambilan Data	39
3.4.1 Observasi	40
3.4.2 Kuesioner	40
3.4.3 Wawancara	40
3.4.4 Studi Pustaka	40
3.5 Definisi Operasional.....	42
3.6 Instrumen Penelitian.....	42
3.6.1 Uji Validitas.....	42
3.6.2 Uji Reabilitas	43
3.7 Teknik Analisis Data	43
3.7.1 Analisis Deskriptif	44
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
3.7.4 Pengujian Hipotesis	48

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	50
4.1.2 Struktur Organisasi.....	51
4.2 Analisis Data Kualitatif.....	39
4.2.1 Karakteristik responden.....	51
4.2.2 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
4.2.3 Berdasarkan Usia	53

4.2.4 Berdasarkan Pendidikan.....	50
4.2.5 Pekerjaan Responden	54
4.3 Pengujian Instrumen Penelitian.....	55
4.3.1 Uji Validitas	56
4.3.2 Uji Reabilitas.....	56
4.4 Analisis TCR	57
4.5 Uji Asumsi Klasik	62
4.5.1 Uji Normalitas	62
4.5.2 Uji Multikoloniaritas	63
4.5.3 Uji Heterokedastisitas	64
4.6 Analisis Data Kuantitatif	65
4.6.1 Regresi Linier Berganda.....	65
4.6.2 Uji Hipotetis	67
4.7 Pembahasan	72
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data swalayan Desa bangun Jaya	3
Tabel 3.1 Defenisi Operasional Variabel	41
Tabel 3.2 Skala Likert.....	42
Tabel 3.3 Kriteria Analisis Deskriptif Data	45
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2 Responden berdasarkan Usia	53
Tabel 4.3 Responden berdasarkan Pendidikan.....	54
Tabel 4.4 Responden berdasarkan Pekerjaan.....	54
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Tata Letak Produk ..	58
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga	59
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kelengkapan Produk	60
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikoloniaritas	63
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linier berganda	66
Tabel 4.13 Uji Hipotesis dengan Uji-t	68
Tabel 4.14 Hasil Uji Dengan Uji-F	70
Tabel 4.15 Uji R^2 Koefesien Determinasi.....	7

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Proses Pembelian Lima Tahap.....	29
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	34
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Grace Mart Bangun Jaya.....	51
Gambar 4.2 Grafik Normalitas p-plot	63
Gambar 4.7 Hasil Heteroskedastisitas.....	65