

**PENGARUH PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO HIJAB  
FITRI KEDIRI**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam  
memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Oleh :

**Nadyia Maya Ariska**

**NPM. 16418835**

**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KADIRI  
KEDIRI  
2020**

## HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi  
Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri dan diterima untuk memenuhi

Salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

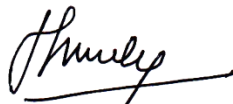
Pada tanggal, Juni 2020

Mengesahkan :

Universitas Kadiri

Fakultas Ekonomi

Dekan,

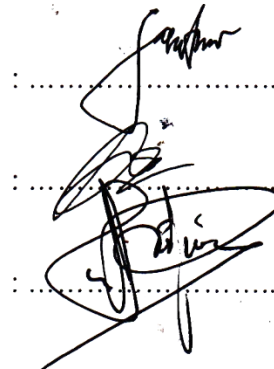


Dr. Nur Laely, S.E., M.M

NIDN. 0718026001

Tim Penguji :

1. Penguji I : Dra. Sasi Utami.,MM  
NIDN.0718105801
2. Penguji II : Yudianto Perdana Putra.,SE.,MM  
NIDN.0704068701
3. Penguji III : Drs. M Samsul Arifin.,M.Si.  
NIDN.0717055501



## **SURAT PERNYATAAN TENTANG ORISINALITAS.**

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Nadyia Maya Arisaka

NPM : 16418835

Program Study : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Jenjang : Sarjana (S1)

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan skripsi saya yang berjudul:

### **PENGARUH PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO HIJAB FITRI KEDIRI**

Apabila suatu saat nanti saya terbukti melakukan tindakan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Kediri, Juni 2020



**Nadvia Maya Ariska**

**NPM. 16418835**

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillahirobil'amin. Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan ridho-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Hijab Fitri Kediri dengan baik guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri, Kediri.

Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena menyadari keterbatasan yang ada. Rasa hormat dan terimakasih kepada semua pihak atas segala support dan do'anya, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan pihak-pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Maka dari itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. ALLAH SWT yang telah memberikan Anugrah kehidupan.
2. Ir. Djoko Raharjo, MP selaku Rektor Universitas Kadiri Kediri.
3. Dr. Nur Laely, S.E.,M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi
4. Drs. Gandung Satriyono, S.E.,M.M selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri.
5. Dra. Sasi Utami, M.M. selaku dosen Pembimbing I yang telah berkenan meluangkan banyak waktu dan memberikan tambahan ilmu dan solusi dalam setiap kesulitan penulisan skripsi ini sampai tuntas.

6. Yudiarto Perdana Putra, S.E., M.M. selaku dosen Pembimbing II yang telah berkenan meluangkan banyak waktu, mengarahkan dalam penyusunan skripsi dan memberikan tambahan ilmu dan solusi dalam setiap kesulitan penulisan skripsi ini sampai selesai.
7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat pada masa perkuliahan.
8. Kedua orang tua, Bapak Karjimin dan Ibu Rumiati yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil serta do'a yang tiada henti-hentinya kepada penulis.
9. Adela Friska Putri yang selalu support.
10. Seluruh teman-teman seangkatan 2016 khususnya kelas Manajemen A terimakasih untuk dukungannya.
11. Sahabat-sahabat terkasih Siti Nikmatul, Nur Wahid, Desi Tia, Riska Arismayanti, Likha Astri W, Reva Alviyati D, Meylani Crisin, Dita Tyas, Risma Ariyanti, Ken Nissa A.N, Dian Octa W, Mahmudatin , Dwi Arum Mita , Anita Nurhayati, Wahyu Terimakasih sudah membantu dalam penyelesaian skripsi ini , untuk support , motivasi dan do'a yang tiada henti-hentinya.
12. Seluruh keluarga besar penulis, terimakasih untuk dukungan dan do'a yang tiada henti-hentinya.
13. Muchtar Aldino terimakasih untuk segala do'a dan support yang tiada henti-hentinya.
14. Kepada owner dan admin dari Toko Fitri Hijab. Atas izin dan dukungan penuh penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

15. Semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini, terimakasih atas bantuannya.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada pembaca.

Terimakasih .

Kediri, Juni 2020

**NADYIA MAYA ARISKA**  
NPM. 16418835

## **DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN TENTANG ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	7
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Landasan Teori .....	12
2.2.1 Manajemen .....	12
2.2.1.1 Pengertian Manajemen .....	13
2.2.1.2 Fungsi Manajemen.....	14
2.2.1.3 Manajemen Pemasaran .....	16
2.2.2 Pemasaran.....	17
2.2.2.1 Pengertian Pemasaran .....	17
2.2.2.2 Konsep Pemasaran .....	18
2.2.3 Bauran Pemasaran .....	19
2.2.3.1 Pengertian Bauran Pemasaran .....	19
2.2.3.2 Elemen-elemen Bauran Pemasaran .....	20
2.2.4 Promosi.....	22

2.2.4.1	Pengertian Promosi .....	22
2.2.4.2	Tujuan Promosi.....	23
2.2.4.3	Bauran Promosi.....	24
2.2.4.4	Indikator Promosi .....	28
2.2.5	Lokasi .....	29
2.2.5.1	Pengertian Lokasi .....	29
2.2.5.2	Faktor Pemilihan Lokasi .....	30
2.2.5.3	Jenis Interaksi Lokasi.....	31
2.2.5.4	Indikator Lokasi .....	32
2.2.6	Keputusan Pembelian.....	32
2.2.6.1	Pengertian keputusan pembelian .....	32
2.2.6.2	Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan Pembelian .....	34
2.2.6.3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	36
2.2.6.4	Tipe-tipe Keputusan Pembelian.....	37
2.2.6.5	Indikator Keputusan Pembelian.....	37
2.3	Kerangka Berfikir.....	38
2.4	Hipotesis.....	40
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
3.1	Populasi dan Sampel Penelitian .....	41
3.1.1	Populasi .....	41
3.1.2	Sampel.....	41
3.2	Metode Pengambilan Sampel.....	42
3.2	Variabel penelitian, Cara Pengukuran dan Definisi Operasional.....	43
3.2.1	Variabel Penelitian .....	43
3.2.2	Cara Pengukuran .....	44
3.3.3	Definisi Operasional.....	44
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	45
3.5	Metode Analisis Data .....	46
3.5.1	Uji Instrumen Penelitian.....	46
3.5.1.1	Uji Validitas.....	46



3.5.1.2 Uji Reliabilitas .....	47
3.5.2 Uji Asumsi Klasik .....	47
3.5.2.1 Uji Multikolinieritas.....	47
3.5.2.2 Uji Heteroskedastisitas .....	48
3.5.2.3 Uji Normalitas.....	49
3.5.2.4 Uji Autokorelasi.....	50
3.5.3 Analisis Regresi Berganda .....	50
3.5.4 Uji Hipotesis.....	51
3.5.4.1 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t) .....	51
3.5.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	52
3.5.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>54</b>
4.1 Diskripsi Penelitian .....	54
4.1.1 Sejarah Hijab Fitri .....	54
4.1.2 Visi Misi Hijab Fitri .....	54
4.1.3 Lokasi Hijab Fitri .....	54
4.1.4 Waktu Penelitian .....	55
4.2 Hasil Penelitian .....	55
4.2.1 Data Responden.....	55
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	56
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	56
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian.....	57
4.2.2 Hasil Uji Kualitas Data .....	58
4.2.2.1 Uji Validitas .....	58
4.2.2.2 Uji Reliabilitas .....	60
4.2.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	62
4.2.3.1 Uji Normalitas.....	62
4.2.3.2 Uji Multikolinieritas.....	63
4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	65
4.2.3.4 Uji Autokorelasi.....	66
4.2.4 Analisis Regresi Berganda .....	67

4.2.5 Uji Hipotesis.....	69
4.2.5.1 Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji t) .....	69
4.2.5.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	70
4.2.6 Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....	71
4.3 Pembahasan.....	72
4.3.1 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Hijab Fitri Kediri.....	72
4.3.2 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Hijab Fitri Kediri.....	74
4.3.3 Pengaruh Promosi dan Lokasi Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Hijab Fitri Kediri.....	75
4.3.4 Variabel Promosi Memiliki Pengaruh Yang Paling Dominan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Hijab Fitri Kediri.....	76
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>78</b>
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran.....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>82</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
Tabel 3.3 Alternatif Jawaban Kuisisioner.....	44
Tabel 3.3 Definisi Operasional .....	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	57
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian .....	58
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X1) .....	59
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X2) .....	59
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Y .....	60
Tabel 4.7 Hasil Uji Reabilitas .....	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Reabilitas .....	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas .....	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas .....	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinaritas .....	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedasitas .....	66
Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi .....	67
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi.....	68
Tabel 4.15 Hasil Uji t (Uji Parsial) .....	69
Tabel 4.16 Hasil Uji f (Uji Simultan).....	70
Tabel 4.17 Hasil Analisis Koefisien Determinan.....	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Kerangka Berfikir.....	39
Gambar 4.1 Kurva Normal P-Plot Hasil Uji Normalitas Data.....	62
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedestisitas Scatterplot.....	65

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian. ....	83
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner. ....	87
Lampiran 3 Hasil Olah Data IBM SPSS 25.0. ....	91