



**ANALISA PRODUK, MEREK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO
ENBOSS DI PASAR KAPASAN SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program S-1
Bidang Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Widya Kartika

Oleh :
Feionita
NRP : 11119008

PEMBIMBING

Dr. Erna Ferrinadewi SE., MM.
NIP : 1/614/08.10/00.11/011

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA**

**SURABAYA
2023**

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan penyertaan-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul “Analisa Produk, Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Enboss di Pasar Kapasan Surabaya”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan dalam derajat Sarjana Manajemen (S.M) program sastra (S-1) program studi manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika Surabaya. Selama penelitian ini dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari banyak kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang telah menyertai dan memberkati hikmat untuk peneliti sehingga dapat menyelesaikan penelitian dengan baik.
2. Bapak Filipus Priyo Suprobo St., M.T. sebagai Rektor Universitas Widya Kartika Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Universitas Widya Kartika.
3. Alm. Bapak Martinus Rukismono. S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran, serta mendukung dan membimbing peneliti dalam menyusun skripsi ini.
4. Ibu Dr Erna Ferrinadewi, S.E., M.M selaku Pengganti Dosen Pembimbing I yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran, serta mendukung dan membimbing peneliti dalam menyusun skripsi ini.
5. Bapak Muis Murtadho, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran, serta mendukung dan membimbing peneliti dalam menyusun skripsi ini.

6. Bapak Arief Budiman, Bapak Prof. DR. Herman Budi Sasono. M.M, dan Bapak Erwin Rediono tan, MBA. selaku Dosen Manajemen yang telah memberikan Ilmu dalam membimbing peneliti.
7. Papa, Mama, Dedek dan keluarga yang lainnya karena sudah memberikan dukungan dan menjadi support system yang baik secara doa maupun materi sehingga penelitian ini bisa menyelesaikan dengan baik.
8. Sahabat dan teman-teman Manajemen semuanya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan saya semangat, motivasi dan *support* dari kalian untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Sahabat – sahabat dekat saya yang di luar Universitas Widya Kartika yang sudah memberikan dukungan, bantuan dan juga semangat kepada saya.

Akhir kata peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidaklah sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki. Oleh karena itu, peneliti menerima segala kritik dan saran yang membangun dan bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Surabaya, 18 Maret 2023

UWIKKA



Feionita

ABSTRAK

Feionita

Skripsi

Analisa Produk, Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Enboss di Pasar Kapasan Surabaya

Penelitian memiliki tujuan untuk mengetahui apakah Produk, Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Enboss. Jenis penelitian ini adalah menggunakan peneltiann kuantitatif. Dimana populasi penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah melakukan pembelian Produk di toko Enboss. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner dengan jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan menggunakan prosedur *simple random sampling*. Metode analisis data ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda, dan Uji T dengan menggunakan SPSS (*Statistical Program for Social Scinences*). Dalam penelitian ini hasil yang di dapatkan dari penelitian ini terdapat tidak adanya pengaruh Produk yang signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, pada variable harga ditemukan didalam nya bahwa terdapat adanya pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan variabel Merek juga ditemukan adanya pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Produk, Harga, Merek , Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Feionita

Thesis

Analysis of Product, Brand, and Price on Consumer Purchase Decisions at Enboss Store in Kapasan Market, Surabaya

This study aims to determine whether Product, Brand, and Price have an effect on Consumer Purchase Decisions at Enboss Store. This type of research is a quantitative study. The population of this study is all consumers who have made purchases of Products at Enboss Store. The research method used in this study is a questionnaire with a sample size of 100 respondents. The data collection technique used in this study is probability sampling using simple random sampling procedure. The data analysis method used in this study is multiple linear regression analysis and T-test using SPSS (Statistical Program for Social Sciences). The results of this study showed that there is no significant effect of Products partially on purchase decisions. On the other hand, in the variable of Price, a significant influence on purchase decisions was found, and in the Brand variable, a significant influence on purchase decisions was also found.

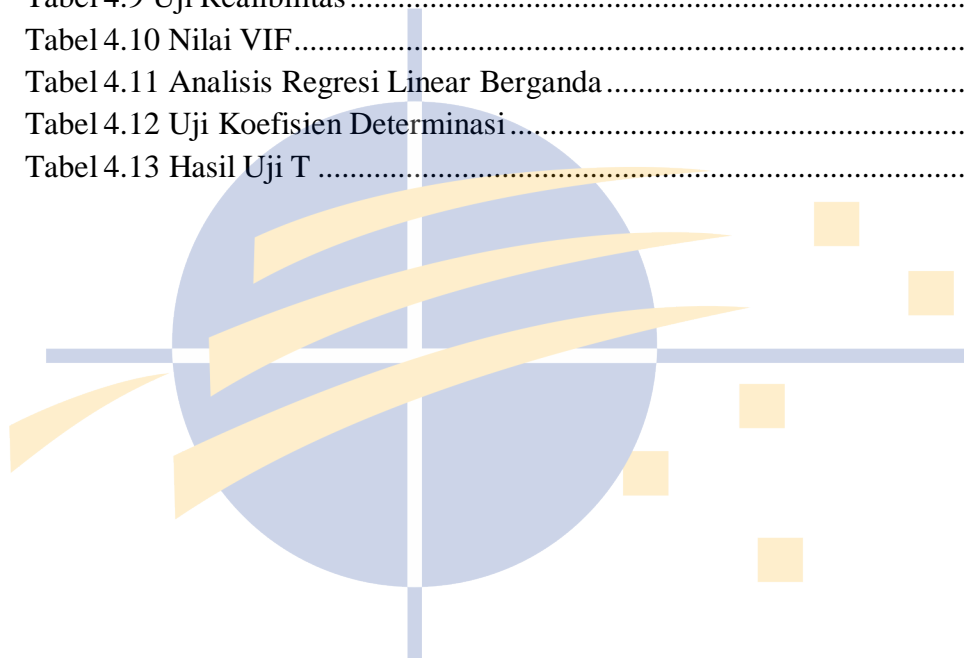
Keywords: Product, Price, Brand, Purchase Decisi

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	IV
ABSTRAK	VI
ABSTRACT.....	VII
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR GAMBAR	XI
DAFTAR TABEL.....	XII
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Lingkup Penelitian	11
1.6 Sistematika Skripsi.....	11
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.1.1 Novita Anggraini (2020)	13
2.1.2 Farisa Hasna Nadiya (2020)	13
2.2 Landasan Teori.....	15
2.2.1 Pengertian Retailing	15
2.2.2 Bauran Ritel	17
2.2.3 Pengertian Produk.....	18
2.2.4 Keragaman Produk	20
2.2.5 Faktor Situasi dan Atribut Retail	26
2.3 Pernyataan Hipotesis	27
BAB III.....	29
METODE PENELITIAN.....	29
3.1. Jenis Penelitian.....	29
3.2. Populasi dan Sampel	30
3.2.1 Populasi	30
3.2.2 Sampel	30

3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	31
3.3. Teknik Sampling	31
3.4. Teknik Pengumpulan Data	32
3.4.1 Metode Interview (Wawancara)	32
3.4.2 Metode Kuesioner (Angket)	32
3.4.3 Observasi	32
3.5. Definisi Operasional dan Indikator Penelitian	33
3.5.1 Identifikasi Variabel	33
3.6. Jenis dan Sumber Data	36
3.7. Teknik Pengukuran Data	36
3.8. Analisis Data	38
3.8.1 Uji Validitas	38
3.8.2 Uji Realibilitas	38
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	39
3.8.4 Koefisien Determinasi (R^2)	41
3.9 Teknik Analisa Data	42
3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda	42
3.10 Uji Hipotesis	43
3.10.1 Uji T	43
BAB IV	45
PEMBAHASAN	45
4.1 Analisa Hasil Penelitian	45
4.2 Analisis Data	52
4.2.1 Uji Validitas dan Realibitas	52
4.2.2 Uji Reliabilitas	54
4.3 Hasil Penelitian	55
4.3.1 Uji Asumsi Klasik	55
4.3.2 Analisis Regresi Linear Berganda	58
4.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	60
4.5 Uji Hipotesis	61
BAB 5	65
KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 SIMPULAN	65
5.2 SARAN	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	69
Lampiran 1 : Lembar Kuisisioner	69
DATA RESPONDEN	71

Lampiran 2 Data Responden	74
DATA RESPONDEN	74
Lampiran 3 : Karakteristik Responden	76
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	76
Tabel 4.2 Usia	76
Tabel 4.3 Pengeluaran Belanja Toko Enboss Sekali Pembelian	76
Tabel 4.4 Frekuensi Pembelian.....	77
Tabel 4.5 domisili Responden	77
Tabel 4.6 Berapa Lama Berjualan	79
Tabel 4.7 Data Penjualan Customer	80
Lampiran 4 : Hasil Analisa Data.....	81
Tabel 4.9 Uji Realibilitas	82
Tabel 4.10 Nilai VIF.....	82
Tabel 4.11 Analisis Regresi Linear Berganda.....	83
Tabel 4.12 Uji Koefisien Determinasi.....	83
Tabel 4.13 Hasil Uji T	84



UWIKKA