

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TANAMAN HIAS PADA
KIOS PRING KUNING DI SIDOARJO**



Oleh :
Avu Isti Oomah
NBI : 1211800340

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2022**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TANAMAN HIAS PADA
KIOS PRING KUNING DI SIDOARJO**

S K R I P S I

Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh :

Ayu Isti Oomah

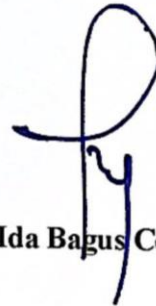
NBI : 1211800340

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2022**

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama Lengkap : Ayu Isti Qomah
NBI : 1211800340
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Tanaman Hias Pada Kios Pring Kuning Di Sidoarjo

Surabaya, 28 Juni 2022
Mengetahui / Menyetujui
Pembimbing,


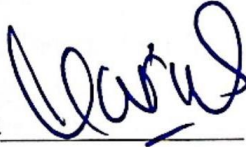



Dr. Ida Bagus Cempena, MM

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 15 Juli 2022.

TIM PENGUJI

1. **Dr. Ida Bagus Cempena, MM** - Ketua 
2. **Dra. Ec. Dyah Rini Prihastuty, MM** - Anggota 
3. **Dr. Estik Hari Prastiwi, SE, MM** - Anggota 

Mengesahkan
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Dekan,



Dr. H. Slamet Riyadi, M.SI, AK., CA
NPP : 20220.93.0319

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama Lengkap : Ayu Isti Qomah
2. NBI : 1211800340
3. Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK : 3517066311990001
6. Alamat Rumah : Dsn. Kebondalem RT. 03 RW.04
Ds. Kademangan Kec. Mojoagung

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

“ Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Tanaman Hias Pada Kios Pring Kuning Di Sidoarjo ” adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan serta pemikiran saya sendiri dan bukan hasil dari plagiat atau menyalin dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa artikel, skripsi, tesis maupun disertasi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika di kemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi yang saya tulis adalah hasil plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas apa yang saya perbuat dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa kaitanya dengan dosen pembimbing dan kelembagaan Fakultas Ekonomi Surabaya.

Surabaya, 15 Juli 2022

Yang Membuat,



Ayu Isti Qomah



**UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA**

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama : Ayu Isti Qomah
2. NBI : 1211800340
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. Jenis Karya : Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Praktek*

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TANAMAN HIAS PADA KIOS PRING KUNING DI SIDOARJO

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Nonexclusive Royalti-Free Right*), Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Di buat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada tanggal : 15 Juli 2022

Yang Menyatakan,



(Ayu Isti Qomah)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan. Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya tujukan kepada:

1. Dr. Ida Bagus Cempena, MM selaku pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI, selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si selaku ketua Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Dra. Ec. Dyah Rini Prihastuty, MM dan Dr. Estik Hari Prastiwi, SE, MM selaku penguji sidang skripsi, yang telah memberikan waktunya untuk pengarahan dan menambah wawasan keilmuan saya serta memberikan saran yang terbaik selama pelaksanaan sidang skripsi. Terima kasih saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat.
7. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.

8. Ibu Sunik dan Alm. Bapak Hadi selaku kedua orang tua saya yang selalu mendukung dan mendoakan saya dalam proses mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas dukungan moril dan materi yang sudah diberikan selama proses perkuliahan di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
9. Keluarga besar dan kakak-kakak saya yang sudah mendukung dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat tersayang, Ayu Masruroh, Mahfudhoh Dita Anggraeni, Lutfiatus Sholihah, Khoiriyah Suci, Maharani Lusi Syafitri, Dwi Rahayu Ari Ningrum yang telah memberikan semangat dan bantuannya dalam proses menyelesaikan skripsi ini.

Dengan segala kelebihan dan kekurangan yang ada, saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu, saya mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Terima kasih.

Surabaya, 23 Juni 2022

Ayu Isti Qomah

ABSTRAK
PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TANAMAN HIAS PADA
KIOS PRING KUNING DI SIDOARJO

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian tanaman hias pada kios pring kuning di sidoarjo. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 orang responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling dengan teknik sampling purposive. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu menggunakan kuesioner. Uji instrumen menggunakan Uji Validitas dan Reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Kemudian uji asumsi klasik yang digunakan antara lain: Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas Uji Heteroskedastisitas. Sedangkan pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan Uji t, Uji F dan Koefisien Determinasi (R^2). Dari hasil nilai Uji F menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X1), Persepsi Harga (X2) dan Lokasi (X3) menghasilkan pengaruh yang sama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Sedangkan pada hasil Uji t menunjukkan bahwa: 1. Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian tanaman hias pada kios pring kuning di sidoarjo, 2. Persepsi Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian tanaman hias pada kios pring kuning di sidoarjo, 3. Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian tanaman hias pada kios pring kuning di sidoarjo. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil nilai Uji t dimana Kualitas Produk (X1) t hitung $2,057 > t$ tabel $1,661$, Persepsi Harga (X2) t hitung $1,583 > t$ tabel $1,661$ dan Lokasi (X3) t hitung $2,491 > t$ tabel $1,661$.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, Lokasi, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT
**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION, AND
LOCATION ON THE DECISION TO PURCHASE ORNAMENTAL PLANTS
AT YELLOW PRING KIOSING IN SIDOARJO**

This study aims to determine the effect of product quality, price perception, and location on purchasing decisions of ornamental plants at the Pring kuning kiosk in Sidoarjo. The number of samples used in this study were 96 respondents. The sampling method used is non-probability sampling with purposive sampling technique. The data collection method used is using a questionnaire. Test the instrument using the Validity and Reliability Test. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression. Then the classical assumption tests used include: Normality Test, Multicollinearity Test Heteroscedasticity Test. While testing the hypothesis in this study using the t-test, F-test and the coefficient of determination (R^2). From the results of the F test value, it shows that Product Quality (X1), Price Perception (X2) and Location (X3) produce an equally significant effect on Purchase Decision (Y). While the results of the t-test indicate that: 1. Product quality affects purchasing decisions of ornamental plants at the yellow Pring stall in Sidoarjo, 2. Price perception does not affect the purchase decision of ornamental plants at the Yellow Pring kiosk in Sidoarjo, 3. Location affects purchasing decisions ornamental plants at the yellow spring kiosk in Sidoarjo. This can be seen from the results of the t-test values where Product Quality (X1) t count 2,057 > t table 1,661, Price Perception (X2) t counts 1,583 < t table 1,661 and Location (X3) t count 2,491 > t table 1,661.

Keywords: Product Quality, Price Perception, Location, Purchase Decision.

RINGKASAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TANAMAN HIAS PADA
KIOS PRING KUNING DI SIDOARJO

Seiring dengan perkembangan zaman dan meningkatnya pertumbuhan ekonomi masyarakat, hal ini berdampak pada meningkatnya kebutuhan ekonomi yang dimana masyarakat sekarang tidak hanya butuh akan kebutuhan sandang, pangan dan papan, tetapi sudah mulai merambah kebutuhan penunjang diantaranya kebutuhan akan nilai estetika pelengkap rumah, bangunan, dan tata ruang, salah satunya adalah kebutuhan tanaman.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan lokasi secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian tanaman hias pada kios pring kuning di sidoarjo. Hipotesis yang diambil dalam penelitian ini adalah kualitas produk secara parsial mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, persepsi harga secara parsial mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, lokasi secara parsial mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, dan secara simultan kualitas produk, persepsi harga, dan lokasi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah seluruh konsumen tanaman hias yang sudah pernah melakukan pembelian di kios pring kuning. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling dengan teknik sampling purposive. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran angket (kuesioner). Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, dan analisis regresi linear berganda. Untuk uji hipotesis yang digunakan adalah uji t dan uji F. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 25.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari analisis regresi linier berganda adalah $Y = 13,348 + 0,208 X_1 + 0,244 X_2 + 0,215 X_3$. Hasil hipotesis Uji t menunjukkan variabel Kualitas Produk secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, dapat dilihat dari nilai sig $0,043 < 0,05$ dan nilai thitung $2,057 > t_{tabel} 1,661$. Persepsi Harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dapat dilihat dari nilai sig $0,096 > 0,05$ dan nilai thitung $1,583 > t_{tabel} 1,661$. Lokasi secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dapat dilihat dari nilai sig $0,015 < 0,05$ dan nilai thitung $2,491 > t_{tabel} 1,661$. Hasil hipotesis Uji F menunjukkan bahwa kualitas produk, persepsi harga, dan lokasi secara simultan memiliki pengaruh signifikan

terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat dilihat dari nilai sig $0,000 < 0,05$ dan nilai Fhitung $54,865 > F_{tabel} 2,309$.

Kesimpulan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan lokasi secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Persepsi harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk, persepsi harga dan lokasi secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR ISI

SAMPUL LUAR.....	i
SAMPUL DALAM.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
RINGKASAN	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	5
2.1.2 Perilaku Konsumen	5
2.1.3 Bauran Pemasaran	8
2.1.4 Kualitas Produk	9
2.1.5 Persepsi Harga.....	10
2.1.6 Lokasi	12
2.1.7 Keputusan Pembelian	13
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	15
2.2.1 Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	15
2.2.2 Hubungan Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian	15
2.2.3 Hubungan Lokasi dengan Keputusan Pembelian	16
2.3 Penelitian Terdahulu.....	16
2.4 Kerangka Konseptual	21
2.5 Hipotesis	21
BAB III. METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Desain Penelitian	23

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	23
3.2.1 Tempat Penelitian.....	23
3.2.2 Waktu Penelitian	23
3.3.2 Data Sekunder	23
3.4 Populasi dan Sampel.....	24
3.4.1 Populasi	24
3.4.2 Sampel	24
3.5 Teknik Pengumpulan Data	25
3.6 Definisi Variabel dan Operasional	25
3.6.1 Definisi Variabel	25
3.6.2 Definisi Operasional.....	26
3.7 Proses Pengolahan Data.....	31
3.8 Metode Analisa Data	31
3.8.1 Uji Instrumen.....	32
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	32
3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	33
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data	34
3.9.1 Uji t (Parsial)	34
3.9.3 Koefisien Determinasi (R ²).....	34
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	35
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	35
4.2.1 Deskripsi Berdasarkan Karakteristik Responden	35
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian	37
4.3 Uji Instrumen.....	42
4.3.1 Uji Validitas	42
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	44
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	45
4.4 Analisis Data	47
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
4.5 Pengujian Hipotesis	49
4.5.1 Uji t (Parsial)	49
4.5.2 Uji F (Simultan).....	50
4.5.3 Koefisien Determinasi (R ²).....	50
4.6 Pembahasan Hasil Temuan Penelitian.....	51
4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	51
4.6.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	52
4.6.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	52
4.6.4 Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap	

Keputusan Pembelian	53
4.7 Implikasi Penelitian	54
4.8 Keterbatasan Penelitian	54
BAB V. PENUTUP	55
5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen	7
Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian.....	13
Gambar 2.3 Kerangka Hipotesis	21
Gambar 4.1 Uji He teroskedastisitas	47

DAFTAR TABEL

Gambar 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Gambar 3.1 Definisi Operasional	27
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Transaksi Pembelian.....	37
Gambar 4.5 Interval Kelas	38
Gambar 4.6 Rata-Rata Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk.....	38
Gambar 4.7 Rata-Rata Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga	39
Gambar 4.8 Rata-Rata Jawaban Responden Variabel Lokasi.....	40
Gambar 4.9 Rata-Rata Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	41
Gambar 4.10 Hasil Uji Validitas.....	43
Gambar 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Gambar 4.12 Uji Normalitas.....	45
Gambar 4.13 Uji Multikolinearitas	46
Gambar 4.14 Regresi Linier Berganda	47
Gambar 4.15 Uji t (Parsial).....	49
Gambar 4.16 Uji F (Simultan)	50
Gambar 4.17 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	59
Lampiran 2 Hasil Tabulasi Kuesioner	65
Lampiran 3 Uji Validitas	77
Lampiran 4 Uji Reliabilitas	94
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik	95
Lampiran 6 Uji Regresi Linier Berganda	96
Lampiran 7 Uji Hipotesis.....	97
Lampiran 8 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	98
Lampiran 9 Surat Izin Penelitian	99
Lampiran 10 Kartu Bimbingan	100
Lampiran 11 Hasil Turnitin Jurnal.....	101