

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BAHAN MATERIAL BANGUNAN
DI UD. BINTANG BANGGLE**

SKRIPSI



OLEH :

DICKY ARDINA PUTRA
18012010130 / FEB / EM

**PROGAM STUDI EKONOMI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2022

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BAHAN MATERIAL BANGUNAN
DI UD. BINTANG BANGLE**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh :

DICKY ARDINA PUTRA
18012010130 / FEB / EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR

2022

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BAHAN MATERIAL BANGUNAN
DI UD. BINTANG BANGGLE**

Disusun oleh :

DICKY ARDINA PUTRA
18012010130/FEB/EM

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada Tanggal : 27 Juli 2022

Koordinator Program Studi

Dosen Pembimbing

Manajemen


Sulastri Irbayuni, S.E., M.M.
NIP. 196206161989032001


Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma W, M.M.
NIP. 196310091991032001

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

05 AUG 2022


Prof. Dr. Syamsul Huda, S.E., M.T.
NIP. 195908281990031001

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BAHAN MATERIAL
BANGUNAN DI UD. BINTANG BANGGLE**

Yang diajukan oleh:

DICKY ARDINA PUTRA
18012010130/FEB/EM

Disetujui untuk ujian skripsi oleh:

Dosen Pembimbing

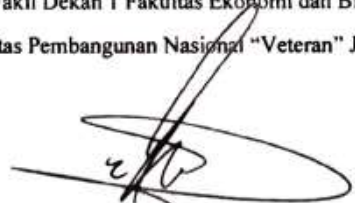


Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma W., M.M.
NIP. 196310091991032001

Tanggal: 18-09-2022

Mengetahui

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



Dr. Drs. Ec. Eko Purwanto, M.Si.
NIP. 195903291987031001

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dicky Ardina Putra

NPM : 18012010130

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa SKRIPSI yang berjudul:

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BAHAN MATERIAL BANGUNAN DI UD.
BINTANG BANGLE.**

Merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukan merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Surabaya, 04 Agustus 2022

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma W., M.M.
NIP. 196310091991032001

Mahasiswa



Dicky Ardina Putra
NPM. 18012010130

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan limpahan karunia, nikmat, rahmat, berkah, dan anugerah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAHAN MATERIAL BANGUNAN DI UD. BINTANG BANGGLE”** Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana manajemen program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan, bimbingan, serta saran-saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar - besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah menganugerahkan rahmat dan hidayah-Nya berupa kesehatan dan rizki. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT. Selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Prof. Dr. Syamsul Huda, SE., MT. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Ibu Sulastri Irbayuni, S.E., M.M. selaku kepala Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
5. Ibu Dra. Ec. Nuruni Ika W, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan masukan kepada peneliti dalam melaksanakan penelitian dan proses penyelesaian skripsi.
6. Para dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
7. Kedua orang tua dan adik yang tercinta dan saya banggakan yang telah memberikan segala upaya serta dukungan baik dari motivasi, do’a, dan finansial dalam penyusunan penelitian ini.
8. Sahabat dan teman – teman yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan penelitian ini.

Semoga Allah membalas kebaikan pihak-pihak diatas. Penulis menyadari bahwa penulisan penelitian ini masih jauh dari sempurna dan dengan penuh kerendahan hati penulis mohon maaf serta mengharapkan adanya kritik maupun saran yang membangun dari pembaca. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Surabaya, 27 April 2022

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL	i
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORSINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat penelitian	9
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.1 Landasan Teori	15
2.2.1 Pemasaran	15
2.2.2 Promosi Penjualan	16
2.2.2 Lokasi	20
2.2.3 Keputusan Pembelian	24
2.3 Hubungan Antar Variabel	26
2.3.1 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian	26
2.3.2 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	28
2.4 Kerangka Konseptual	30
2.5 Hipotesis	30
BAB III	31
METODOLOGI PENELITIAN	31

3.1 Definisi operasional dan pengukuran variabel	31
3.1.1 Variabel Independen	31
3.1.2 Variabel Dependen	32
3.1.3 Pengukuran Variabel	33
3.2 Teknik Penentuan sampel	34
3.2.1 Populasi	34
3.2.2 Sampel	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data	35
3.3.1 Jenis Data	35
3.3.2 Sumber Data	36
3.3.3 Metode Pengumpulan Data	36
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	37
3.4.1 Uji Validitas	37
3.4.2 Uji Reliabilitas	37
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	37
3.5.1 Teknik Analisis Data	37
3.5.2 Model Indikator Reflektif dan Formatif	39
3.5.3 Cara Kerja PLS	42
3.5.4 Langkah-langkah PLS	42
3.5.5 Asumsi PLS	49
3.5.6 Ukuran Sampel	49
BAB IV	50
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian	50
4.1.1 Profil UD. Bintang Banggle	50
4.1.2 Visi dan Misi UD. Bintang Banggle	51
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	51
4.2.1 Analisis Karakteristik Responden	51
4.3 Deskripsi Variabel	53
4.3.1 Deskripsi Variabel Promosi Penjualan (X1)	53
4.3.2 Deskripsi Variabel Lokasi (X2)	55
4.3.3 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	57
4.4 Deskripsi Hasil Analisis Data	58

4.4.1 Evaluasi Outlier	58
4.4.2 Interpretasi Hasil PLS	59
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	68
4.5.1 Pengaruh Promosi Penjualan (X1) terhadap keputusan pembelian(Y)....	68
4.5.2 Pengaruh Lokasi (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	69
BAB V.....	70
KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	72
Lampiran.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data penjualan UD. Bintang Banggle tahun 2021	3
Tabel 1.2 Data biaya promosi UD. Bintang Banggle tahun 2021	7
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Promosi Penjualan.....	53
Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Lokasi	55
Tabel 4.5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian	57
Tabel 4.6 Hasil Uji Outlier	59
Tabel 4.7 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values).....	60
Tabel 4.8 Cross Loading.....	62
Tabel 4.9 Average variance extracted (AVE)	62
Tabel 4.10 Composite Reliability.....	63
Tabel 4.11 Latent Variable Correlations.....	64
Tabel 4.12 R Square.....	66
Tabel 4.13 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values).....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konsep promosi UD. Bintang Banggle.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	30
Gambar 3.1 Principal Factor (Reflective) Model.....	40
Gambar 3.2 Diagram Jalur Partial Least Square.....	43
Gambar 4.1 Outer Model dengan <i>Factor Loading</i> , <i>Path Coefficient</i> dan <i>R-Square</i>	65
Gambar 4.2 Gambar inner model dengan nilai signifikansi T-Statistic Bootstraping.....	68

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BAHAN MATERIAL BANGUNAN
DI UD. BINTANG BANGGLE**

Oleh:

**DICKY ARDINA PUTRA
18012010130/FEB/EM**

ABSTRAK

Di era globalisasi saat ini, perkembangan teknologi sangat pesat sehingga persaingan antar usaha dagang semakin meningkat. Keberhasilan yang dicapai oleh suatu usaha dagang dalam menjalankan bisnis terkait dengan maraknya keputusan pembelian pada usaha dagang tersebut, usaha dagang perlu mencermati promosi penjualan dan lokasi agar keputusan pembelian terus berkembang pesat yaitu dengan cara bekerja keras membuat strategi promosi penjualan dalam menjual produk yang berkaitan dengan upaya menghadapi persaingan yang ketat dengan kompetitor yang dapat memberikan value yang lebih besar kepada konsumen. Pada dasarnya dengan semakin banyaknya pesaing maka semakin banyak pula pilihan masyarakat dalam menentukan keputusan pembelian produk yang sesuai dengan apa yang menjadi harapan masyarakat. Faktor yang harus diperhatikan selain promosi penjualan salah satunya yaitu lokasi karena lokasi dapat mempengaruhi seseorang dalam melakukan keputusan pembelian. Atas dasar pemikiran tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan dan lokasi terhadap keputusan pembelian bahan material bangunan di UD. Bintang Banggle.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan SEM dengan alat analisis SmartPLS. Dengan populasi seluruh konsumen yang melakukan pembelian di UD. Bintang Banggle, data primer dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner melalui Teknik *accidental sampling* yang disebar kepada 60 responden yaitu konsumen UD. Bintang Banggle sedangkan data sekunder diperoleh dari UD. Bintang Banggle.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada UD. Bintang Banggle, semakin baik promosi penjualan maka semakin tinggi konsumen akan melakukan keputusan pembelian dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada UD. Bintang Banggle, ketika lokasi yang mudah dicapai/strategis, maka semakin tinggi konsumen akan melakukan keputusan pembelian.

Kata kunci : Promosi Penjualan, Lokasi, Keputusan Pembelian