

**PENGARUH VARIASI PRODUK, LOKASI DAN PROMOSI DIGITAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK EDY FROZEN
FOOD SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH :

ANINDYA SEKAR PURNOMO

NPM. 21042010179

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA
TIMUR FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH VARIASI PRODUK, LOKASI, PROMOSI DIGITAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK EDY FROZEN
FOOD SURABAYA

Disusun Oleh:
ANINDYA SEKAR PURNOMO
NPM. 21042010179

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,
Pembimbing Utama


Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196009241993032001

Mengetahui,
DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK


Dr. Catur Satrioaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH VARIASI PRODUK, LOKASI, DAN PROMOSI DIGITAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK EDY FROZEN
FOOD SURABAYA

Disusun Oleh:

ANINDYA SEKAR PURNOMO
21042010179

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal September 2025

PEMBIMBING UTAMA

TIM PENGUJI

1. Ketua


Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196407291990032001


Maharani Ukuningtyas, S.E., M.AB
NPT. 21219920526338
2. Sekretaris


Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 19685011994032001
3. Anggota


Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196407291990032001

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anindya Sekar Purnomo
NPM : 21042010179
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial, Budaya Dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 16 September 2025
Yang membuat pernyataan



Anindya Sekar Purnomo
NPM. 21042010179

*pilih salah satu (lingkari)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Assalamu“alaikum, Wr. Wb.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Variasi Produk, Lokasi Dan Promosi Digital Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Frozen Food* Surabaya”**

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si sebagai dosen pembimbing yang telah meberikan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, wejangan serta semangat kepada penulis. Selain itu, penulis juga mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, baik berwujud materi, moral, dan spritual. Dengan itu peneliti banyak mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., M.A selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Segenap Bapak dan Ibu Dosen beserta civitas akademika program studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Kepada orangtua, terimakasih atas segala doa, pengorbanan, dan rasa percaya yang telah diberikan tanpa batas yang selalu menyertai setiap langkah penulis dalam proses meraih pendidikan. Berkat doa dan dukungan bapak dan ibu sehingga penulis dapat berada dititik ini. Sehat selalu dan panjang umur karena

bapak dan ibu harus untuk selalu ada disetiap perjuangan dan pencapaian hidup penulis.

5. Kepada Rizky Thyto Ramadhan, yang tidak kalah penting kehadirannya. Terimakasih banyak telah menjadi bagian dalam perjalanan hidup penulis. Berkontribusi banyak dalam perjalanan penyusunan skripsi ini, baik tenaga, bahkan waktu kepada penulis. Selalu memberikan tangan dengan menemani, mendukung, menghibur, serta telah menjadi rumah tempat berkeluh kesah penulis di segala kondisi hingga pada akhirnya penyusunan skripsi ini telah usai.
6. Kepada teman-teman terkasih, Minanti, Sisil, Hanifa, Berta, Arum, Innatus, Yunida, Nabs terimakasih untuk segala bentuk dukungan, semangat, waktu, motivasi, canda tawa yang telah kita lalui Bersama-sama selama penyusunan skripsi berlangsung dan perkuliahan.
7. Rekan-rekan Administrasi Bisnis Angkatan 2021 yang sama-sama ada dan memberikan satu sama lain motivasi sehingga penulis sanggup mengerjakan dan menyelesaikan penulisan skripsi ini hingga selesai.
8. Kepada diri saya sendiri, Anindya Sekar Purnomo. Terimakasih untuk tidak memilih menyerah atas disegala kondisinya sehingga semakin menguatkan langkah serta pegangan untuk terus berjalan kedepan dengan menghadapi segala rintangannya. Terima kasih kepada hati yang tetap ikhlas, meski tidak semua hal berjalan sesuai harapan. Terima kasih kepada raga yang terus melangkah meski lelah seringkali tak terlihat. Semoga di kedepannya, raga ini tetap kuat, hati tetap tegar, dan jiwa tetap lapang dalam menghadapi setiap

proses hidup. Mari terus bekerja sama untuk tumbuh, dan berkembang, menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

Penulis juga menyadari bahwa masih banyak kekurangan baik dari segi susunan kalimat maupun tata bahasa, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis menerima kritik dan saran pembaca agar dapat memperbaiki kesalahan yang terdapat pada tugas ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat menjadi sumber pengetahuan dan referensi untuk penelitian yang selanjutnya dan memiliki kesamaan topik serta variable yang diteliti.

Surabaya, 10 Juni 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Secara Teoritis	10
1.4.2 Secara Praktis	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori.....	15
2.2.1 Pemasaran.....	15
2.2.2 Perilaku Konsumen.....	21
2.2.3 Variasi Produk	25
2.2.4 Lokasi.....	32
2.2.5 Promosi Digital.....	38
2.2.6 Keputusan Pembelian.....	46
2.3 Hubungan Antar Variabel	53
2.3.1 Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	53
2.3.2 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	54
2.3.3 Pengaruh Promosi Digital Terhadap Keputusan Pembelian	54
2.4 Kerangka Berpikir	55
2.5 Hipotesis	56
BAB III METODE PENELITIAN.....	57
3.1 Jenis Penelitian	57
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	58
3.2.1 Definisi Operasional	58
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	61
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	62
3.3.1 Populasi	62
3.3.2 Sampel.....	62
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	63
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	64
3.4.1 Jenis Data	64
3.4.2 Sumber Data	64
3.4.3 Pengumpulan Data.....	65

3.5 Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen Penelitian	65
3.5.1 Uji Validitas.....	65
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	66
3.6 Teknik Analisis Data	67
3.6.1 Uji Asumsi Klasik.....	67
3.7 Analisis Linier Berganda	70
3.8 Uji Hipotesis.....	71
3.8.1 Uji Stimultan (Uji F).....	71
3.8.2 Uji Parsial (Uji T)	72
3.8.3 Analisis Koefisiensi Determinasi	73
3.9 Jadwal Penelitian.....	73
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	75
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian dan Penyajian Data.....	75
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	75
4.1.2 Penyajian Data.....	78
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	92
4.2.1 Uji Validitas.....	92
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	94
4.3 Uji Asumsi Klasik	95
4.3.1 Uji Normalitas	95
4.3.2 Uji Multikolonieritas.....	96
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	97
4.3.4 Uji Autokorelasi.....	98
4.4 Analisis Linear Berganda.....	99
4.5 Uji Hipotesis.....	100
4.5.1 Uji Simultan (Uji F)	100
4.5.2 Uji Parsial (Uji T)	101
4.5.3 Analisis Koefisiensi Deteminasi.....	103
4.6 Pembahasan.....	104
4.6.1 Pengaruh Variasi Produk, Lokai Dan Promosi Digital Secara Stimultan Terhadap Keputusan pembelian	104
4.6.2 Pengaruh Variasi Produk Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian	105
4.6.3 Pengaruh Lokasi Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelia..	106
4.6.4 Pengaruh Promosi Digital Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian	107
4.7 Matriks Penelitian.....	107
BAB V PENUTUP	110
5.1 Kesimpulan	110
5.2 Saran	110
DAFTAR PUSTAKA.....	112
LAMPIRAN	114

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pengguna Internet Di Indonesia 2019-2023	5
Tabel 1. 2 Data Pengguna Instagram di Indonesia (2019-2023)	6
Tabel 1. 3 Variasi Produk Pada Edy Frozen Food Surabaya	7
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	58
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	61
Tabel 3. 3 Uji Autokorelasi	70
Tabel 3. 4 Jadwal Penelitian.....	73
Tabel 4. 1 Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin	78
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	79
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	80
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Domisili	81
Tabel 4. 5 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan.....	81
Tabel 4. 6 Distribusi Tanggapan Responden Variabel X1 (Variasi Produk).....	83
Tabel 4. 7 Distribusi Tanggapan Responden Variabel X2 (Lokasi).....	85
Tabel 4. 8 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Promosi Digital (X3).....	87
Tabel 4. 9 Distribusi Responden Variabel Y (Keputusan Pembelian)	89
Tabel 4. 10 Uji Validitas	92
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas	94
Tabel 4. 12 Uji Multikolinieritas	96
Tabel 4. 13 Hasil Uji Autokorelasi	98
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Linear Berganda	99
Tabel 4. 15 Hasil Uji F.....	100
Tabel 4. 16 Uji Parsial.....	101
Tabel 4. 17 Analisis Koefisiensi Determinasi	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun Instagram Edy Frozen Food.....	8
Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen.....	22
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	56
Gambar 3. 1 Kurva Uji F.....	72
Gambar 3. 2 Kurva Uji T	73
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan.....	76
Gambar 4. 2 Struktur Perusahaan	77
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas	95
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	97
Gambar 4. 5 Kurva Hasil Uji F	101
Gambar 4. 6 Kurva Hasil Uji T Variabel Variasi Produk (X1).....	102
Gambar 4. 7 Kurva Hasil Uji T Variabel Lokasi (X2)	103
Gambar 4. 8 Kurva Hasil Uji T Variabel Promosi Digital (X3)	103

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner Penelitian.....	114
Lampiran 2 Uji Validitas.....	120
Lampiran 3 Uji Reliabilitas	123
Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik.....	124
Lampiran 5 Uji Autokorelasi.....	125
Lampiran 6 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	125
Lampiran 7 Uji F (Simultan).....	126
Lampiran 8 Uji T (Parsial)	126
Lampiran 9 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	126

ABSTRAK

PENGARUH VARIASI PRODUK, LOKASI, DAN PROMOSI DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK EDY FROZEN FOOD SURABAYA

Anindya Sekar, Dra. Siti Ning Farida., M.Si

Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh variasi produk, lokasi, dan promosi digital terhadap keputusan pembelian yang melakukan pembelian di Edy Frozen Food Surabaya. Metode yang digunakan yaitu kuantitatif dengan kuisioner sebagai teknik pengumpulan data. Populasi yang digunakan oleh penulis meliputi masyarakat Surabaya yang pernah melakukan pembelian di Edy Frozen Food Surabaya. Sampel yang ditentukan oleh peneliti dilaksanakan melalui Teknik *non-probability sampling* dengan kriteria yang ditentukan yaitu responden yang berdomisili di Surabaya dan telah melakukan pembelian di Edy Frozen Food Surabaya kurang lebih dalam 3 bulan terakhir. Banyaknya sampel yang digunakan dengan jumlah yaitu 96 responden. Data yang telah diperoleh dilakukan analisis dengan menggunakan SPSS versi 29. Hasil dari analisis menunjukkan secara simultan variasi produk, lokasi, dan promosi digital memberikan pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun jika dianalisis secara parsial, hanya variabel variasi produk dan promosi digital yang terdapat pengaruh signifikan, sebaliknya variabel lokasi tidak memberikan sebuah pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini membuktikan bahwa keputusan pembelian di Edy Frozen Food Surabaya dominan dipengaruhi oleh faktor variasi produk dan promosi digital dibandingkan dengan faktor lokasi. Oleh sebab itu, dalam menyesuaikan permintaan pasar dengan variasi produk agar tetap kompetitif di pasar. Selain itu, melakukan peningkatan kenyamanan dan aksesibilitas lokasi juga perlu dipertimbangkan guna memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan.

Kata Kunci: Variasi Produk, Lokasi, Promosi Digital, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT VARIATION, LOCATION, AND DIGITAL PROMOTION ON PURCHASE DECISIONS FOR PRODUCT OF EDY FROZEN FOOD SURABAYA

Anindya Sekar, Dra. Siti Ning Farida., M.Si

The study was conducted to understand the influence of product variation, location, and digital promotion on purchasing decisions of those who make purchases at Edy Frozen Food Surabaya. The method used is quantitative with a questionnaire as a data collection technique. The population used by the author includes Surabaya residents who have made purchases at Edy Frozen Food Surabaya. The sample determined by the researcher was carried out through a non-probability sampling technique with the specified criteria, namely respondents who live in Surabaya and have made purchases at Edy Frozen Food Surabaya in the last 3 months or more. The number of samples used is 96 respondents. The data obtained was analyzed using SPSS version 29. The results of the analysis show that simultaneously product variation, location, and digital promotion have a significant influence on purchasing decisions. However, if analyzed partially, only the product variation and digital promotion variables have a significant influence, otherwise the location variable does not have a significant influence on purchasing decisions. This proves that purchasing decisions at Edy Frozen Food Surabaya are predominantly influenced by product variation and digital promotion factors compared to location factors. Therefore, in adjusting market demand with product variation to remain competitive in the market. In addition, improving the comfort and accessibility of the location also needs to be considered in order to provide a better experience for customers.

Keywords: Product Variation, Location, Digital Promotion, Purchase Decisions