



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE**

**PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN**

**(STUDI KASUS PADA KONSUMEN DISTRO PREMIUM NATION
CEMPAKA PUTIH)**

SKRIPSI

**WIWIK SUDIANTI
1414 1111 614**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT
MENYELESAIKAN SARJANA EKONOMI STRATA SATU
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

JAKARTA

2018

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Jakarta, 8 Agustus 2018

WIWIK SUDIANTI

1414 1111 614

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Wiwik Sudianti

NIM : 1414.1111.614

Program Studi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Minat beli
konsumen (studi kasus pada konsumen distro Premium
Nation Cempaka Putih).

Jakarta, 8 Agustus 2018

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,

(Zurlina Lubis, SE. MM)

(Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM)

Mengetahui,
Puket I Bidang Akademik STIE JIC

(Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM)

PANITIA UJIAN SKRIPSI STRATA SATU

Ujian Skripsi diselenggarakan :.....

TIM PENGUJI

	Nama	Tanda Tangan
Ketua	:	
Anggota	: 1	
	2	
	3	
	4	

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Minat beli konsumen (Studi kasus pada konsumen distro Premium Nation Cempaka Putih)”**. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana ekonomi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jakarta International College.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tentunya mendapat dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini berlangsung. Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Agus Susanto, MM, Ketua STIE Jakarta International College.
2. Bapak Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM, Puket 1 STIE Jakarta International College serta selaku pembimbing pendamping yang memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Arifin Nugroho, SE.MM selaku Kajar Manajemen yang telah memberikan pengarahan dalam penyusunan skripsi.
4. Ibu Zurlina Lubis, SE. MM selaku pembimbing utama yang telah banyak memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staf STIE Jakarta International College yang telah memberikan Pendidikan dan Pengajaran kepada Penulis selama dalam perkuliahan.

6. Pemimpin dan Karyawan Distro Premium Nation yang telah memberikan izin riset, data dan informasi yang dibutuhkan oleh penulis.
7. Untuk yang spesial yaitu keluarga tercinta, Nenek, Ibu, Bapak, Tante dan seluruh kerabat yang telah membantu penulis dalam dukungan berupa semangat dan do'a.
8. Sahabat penulis serta teman dekat selama di STIE Jakarta International College (Estiana Riska, Firianti, Eka Sulastri Sibarani, Nanda Wulansari, Siti Sofiatun) yang telah menemani serta mendukung dalam pembuatan skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman di STIE Jakarta International College angkatan 2014-2018, khususnya teman-teman dari Manajemen Pemasaran yang telah membantu meluangkan waktu dan pikiran serta do'anya.
10. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah mendukung dan membantu baik secara langsung ataupun tidak langsung selama dalam penyusunan skripsi ini sampai selesai.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dan partisipasinya yang telah membantu proses penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini belum sempurna, baik dari segi materi, penulisan maupun penyajiannya dikarenakan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan

saran dan segala bentuk kritik, masukan yang bersifat membangun dan terciptanya kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, Penulis berharap semoga apa yang telah penulis selesaikan ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan sebagai salah satu pengetahuan bagi para pembaca.

Jakarta, 8 Agustus 2018

WIWIK SUDIANTI

1414.1111.614

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai sivitas akademika STIE Jakarta International College, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Wiwik sudianti
NIM : 1414.1111.614
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada STIE Jakarta International College **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** atas skripsi saya yang berjudul :

Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Minat beli konsumen (studi kasus pada konsumen distro Premium Nation Cempaka Putih).

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini STIE Jakarta International College berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Jakarta, 8 Agustus 2018

Wiwik Sudianti

1414.1111.614

ABSTRACTION

Wiwik sudianti, 1414.1111.614, the Influence of Price and Location to consumer interest buying In Premium Nation Distro, 141 pages, 62 tables, and 9 pictures, Jakarta, 2018.

This research discusses the influence of price and location on the consumer interest buying at Distro Premium Nation, Cempaka Putih, Central Jakarta. The purpose of this research is to know how big influence of Price to consumer interest buying and influence of location to consumer interest buying. Also to find out how much influence of price and location to consumer interest buying simultaneously.

Distro Premium Nation Cempaka Putih, March to July 2018. The research method used is library research and field research. The Quantitative analysis used is simple partial linear regression and multiple linear regression simultaneously. The result of price to consumer interest buying is $\hat{Y} = 14,351 + 0,477 X$ and result of location to consumer interest buying that is $\hat{Y} = 15,036 + 0,421X$. Result of price and location to customer buying interest simultant that is $\hat{Y} = 11,399 - 0,344 X_1 + 0,241 X_2$. The result of correlation coefficient between price to consumer interest buying is moderate. The result of correlation coefficient between location to partial consumer interest buying is moderate. And the result of multiple correlation coefficient between price and location to consumer interest buying is also being. Coefficient of determination of consumer interest buying is 21,8% influenced by price, 16,4% influenced by location. Coefficient of consumer interest buying customer is 25,7% influenced by price and location simultaneously. The conclusion of all research is to show that price and location variable have positive and significant influence on consumer interest buying either partially or simultaneously.

*References: 12books (2009 - 2016), 14 journals, 2 websites, counselors:
Zurlina Lubis dan Arjuna Wiwaha*

Keywords: Harga, Location, consumer interest buying.

ABSTRAKSI

Wiwik Sudianti, 1414.1111.614, Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Minat beli konsumen (studi kasus pada konsumen distro Premium Nation Cempaka Putih), 141. halaman, 62 tabel, dan 9 gambar, Jakarta, 2018.

Penelitiannya ini membahas tentang Pengaruh harga dan lokasi terhadap minat beli konsumen studi kasus pada konsumen pada distro Premium Nation Cempaka Putih, Jakarta Pusat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap minat beli konsumen dan pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen secara parsial. Juga untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan lokasi terhadap minat beli konsumen secara bersamaan.

Distro Premium Nation Cempaka Putih, Maret sampai Juli 2018. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian perpustakaan dan penelitian lapangan. Analisis kuantitatif yang digunakan adalah regresi linier sederhana secara parsial dan regresi linier berganda secara simultan. Hasil harga terhadap minat beli konsumen secara parsial yaitu $\hat{Y} = 14,351 + 0,477 X$ dan hasil lokasi terhadap minat beli konsumen secara parsial yaitu $\hat{Y} = 15,036 + 0,421 X$. Hasil harga dan lokasi terhadap minat beli konsumen secara simultan yaitu

$\hat{Y} = 11,399 + 0,344 X_1 + 0,24 X_2$. Hasil koefisien korelasi antar harga terhadap minat beli konsumen adalah sedang. Hasil koefisien korelasi antar lokasi terhadap minat beli konsumen secara parsial adalah sedang . Dan hasil koefisien korelasi ganda antar harga dan lokasi terhadap minat beli konsumen sedang. Koefisien determinasi Minat beli konsumen adalah 21,8% dipengaruhi oleh harga , 16,4% dipengaruhi oleh lokasi. Koefesien minat beli konsumen adalah 25,7% dipengaruhi oleh harga dan lokasi secara bersamaan. Kesimpulan dari semua penelitian adalah menunjukkan bahwa variabel harga dan lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen baik secara parsial ataupun secara bersamaan.

Daftar acuan: 12 buku (2009 – 2016), 14 jurnal, 2 website, pembimbing : Zurlina Lubis dan Arjuna Wiwaha.

Kata kunci: Harga, Lokasi, Minat beli konsumen.

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Kegunaan Penelitian.....	8
 BAB II KAJIAN TEORI, PENELITIAN SEBELUMNYA, KERANGKA	
BERPIKIR DAN HIPOTESIS	10
A. Kajian Teoritis.....	10
1.Harga	11
2.Lokasi	19
3.Minat beli konsumen.....	22

B.	Penelitian Sebelumnya	26
C.	Kerangka Berpikir	28
D.	Hipotesis	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		31
A.	Lokasi dan Waktu Penelitian	31
B.	Metode Penelitian.....	31
C.	Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	32
D.	Jenis dan Sumber Data	36
E.	Definisi Operasional Variabel.....	37
F.	Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN		60
A.	Sejarah Singkat Perusahaan	60
B.	Struktur Organisasi	65
C.	Kegiatan Usaha	68
D.	Gambaran Keberhasilan dan Kendala Usaha	69
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		71
A.	Deskripsi Data Penelitian	71
B.	Pengolahan Data.....	107
C.	Pengujian Hipotesis	109
D.	Pembahasan Hasil Penelitian	134
BAB VI KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN		138
A.	Kesimpulan	138
B.	Keterbatasan	139
C.	Saran	139
DAFTAR PUSTAKA		140
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1 Beberapa Harga-harga Pesaing Distro Premium Nation.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	26
Tabel 3.1 Menentukan Ukuran Sampel.....	34
Tabel 3.2 Skor Jawaban Kuesioner	39
Tabel 3.3 Uji Validitas Harga (X1).....	41
Tabel 3.4 Uji Validitas Lokasi (X2).....	42
Tabel 3.5 Uji Validitas Minat beli konsumen (Y)	43
Tabel 3.6 Uji Reabilitas Harga (X1)	44
Tabel 3.7 Uji Reabilitas Lokasi (X2)	45
Tabel 3.8 Uji Reabilitas Minat beli konsumen (Y)	46
Tabel 3.9 Skala Pengukuran	47
Tabel 3.10 Pedoman untuk memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	55
Tabel 5.1 Tanggapan Responden Pernyataan No.1 Indikator Harga (X1)	72
Tabel 5.2 Tanggapan Responden Pernyataan No.2 Indikator Harga (X1)	73
Tabel 5.3 Tanggapan Responden Pernyataan No.3 Indikator Harga (X1)	74
Tabel 5.4 Tanggapan Responden Pernyataan No.4 Indikator Harga (X1)	75
Tabel 5.5 Tanggapan Responden Pernyataan No.5 Indikator Harga (X1)	76
Tabel 5.6 Tanggapan Responden Pernyataan No.6 Indikator Harga (X1)	77
Tabel 5.7 Tanggapan Responden Pernyataan No.7 Indikator Harga (X1)	78
Tabel 5.8 Tanggapan Responden Pernyataan No.8 Indikator Harga (X1) ...	79

Tabel 5.9 Tanggapan Responden Pernyataan No.9 Indikator Harga (X1) ...	80
Tabel 5.10 Tanggapan Responden Pernyataan No.10 Indikator Harga (X1) ...	81
Tabel 5.11 Rangkuman Analisis dan Interpretasi data kuesioner Harga ...	82
Tabel 5.12 Tanggapan Responden Pernyataan No.1 Indikator Lokasi (X2) ...	84
Tabel 5.13 Tanggapan Responden Pernyataan No.2 Indikator Lokasi (X2)	85
Tabel 5.14 Tanggapan Responden Pernyataan No.3 Indikator Lokasi (X2)	86
Tabel 5.15 Tanggapan Responden Pernyataan No.4 Indikator Lokasi (X2) ...	87
Tabel 5.16 Tanggapan Responden Pernyataan No.5 Indikator Lokasi (X2)	88
Tabel 5.17 Tanggapan Responden Pernyataan No.6 Indikator Lokasi (X2) ...	89
Tabel 5.18 Tanggapan Responden Pernyataan No.7 Indikator Lokasi (X2)	90
Tabel 5.19 Tanggapan Responden Pernyataan No.8 Indikator Lokasi (X2) ...	91
Tabel 5.20 Tanggapan Responden Pernyataan No.9 Indikator Lokasi (X2) ...	92
Tabel 5.21 Tanggapan Responden Pernyataan No.9 Indikator Lokasi (X2)	93
Tabel 5.22 Rangkuman Analisis dan Interpretasi data kuesioner Lokasi	94
Tabel 5.23 Tanggapan Responden Pernyataan No.1 Indikator	
Minat Beli konsumen (Y)	96
Tabel 5.24 Tanggapan Responden Pernyataan No.2 Indikator	
Minat Beli konsumen (Y)	97
Tabel 5.25 Tanggapan Responden Pernyataan No.3 Indikator	
Minat Beli konsumen (Y)	98
Tabel 5.26 Tanggapan Responden Pernyataan No.4 Indikator	
Minat Beli konsumen (Y)	99
Tabel 5.27 Tanggapan Responden Pernyataan No.5 Indikator	

Minat Beli konsumen (Y)	100
Tabel 5.28 Tanggapan Responden Pernyataan No.6 Indikator	
Minat Beli konsumen (Y)	101
Tabel 5.29 Tanggapan Responden Pernyataan No.7 Indikator	
Minat Beli konsumen (Y)	102
Tabel 5.30 Tanggapan Responden Pernyataan No.8 Indikator	
Minat Beli konsumen (Y)	103
Tabel 5.31 Tanggapan Responden Pernyataan No.9 Indikator	
Minat Beli konsumen (Y)	104
Tabel 5.32 Tanggapan Responden Pernyataan No.10 Indikator	
Minat Beli konsumen (Y)	105
Tabel 5.33 Rangkuman Analisis dan Interpretasi data kuesioner	
Minat beli konsumen	106
Tabel 5.34 Jenis Kelamin Responden	107
Tabel 5.35 Umur Responden.....	108
Tabel 5.36 Pekerjaan Responden	109
Tabel 5.37 Uji Normalitas Menggunakan Komogorov-Mirnov (Ks)	112
Tabel 5.38 Uji Multikolonieritas Berdasarkan Nilai <i>Tolerance</i> Dan <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF)	113
Tabel 5.39 Uji Regresi Linear Sederhana Harga (X1)Terhadap Minat beli konsumen (Y)	115
Tabel 5.40 Uji Regresi Linear Sederhana Lokasi (X2) Terhadap Minat Beli konsumen(Y)	118

Tabel 5.41 Uji Regresi Linear Berganda.....	120
Tabel 5.42 Uji Koefisien Korelasi Sederhana (R) Harga (X1) Terhadap Minat Beli konsumen (Y)	121
Tabel 5.43 Uji Koefisien Korelasi Sederhana (R) Lokasi (X2) Terhadap Minat Beli konsumen(Y)	122
Tabel 5.44 Uji Koefisien Korelasi Berganda	123
Tabel 5.45 Uji Koefisien Determinasi Harga (X1) Terhadap Minat beli konsumen (Y)	124
Tabel 5.46 Uji Koefisien Determinasi Lokasi (X2) Terhadap Minat Beli konsumen (Y)	125
Tabel 5.47 Uji Koefisien Determinasi Harga X1) Dan Lokasi (X2) Terhadap Minat Beli konsumen (Y) Secara Simultan	126
Tabel 5.48 Uji Statistik T Harga (X1) Terhadap Minat beli konsumen (Y)	127
Tabel 5.49 Uji Statistik T Lokasi (X2) Terhadap Minat beli konsumen (Y) ..	129
Tabel 5.50 Uji Statistik F	131

Daftar Gambar

	Hal
Gambar 2.1 Kerangka berpikir	28
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	66
Gambar 5.1 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Histogram.....	110
Gambar 5.2 Hasil Uji Normalitas Menggunakan P-Plot.....	111
Gambar 5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	114
Gambar 5.4 Grafik Regresi Linier Sederhana Harga (X1) Terhadap Minat Beli konsumen (Y)	117
Gambar 5.5 Grafik Regresi Linier Sederhana Lokasi (X2) Terhadap Minat Beli konsumen (Y)	119
Gambar 5.6 Grafik Uji Statistik T Harga (X1)Terhadap Minat Beli konsumen(Y)	128
Gambar 5.7 Grafik Uji Statistik T Lokasi (X2)Terhadap Minat Beli konsumen(Y)	130

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Tabulasi Data Harga

Lampiran 3. Tabulasi Data Lokasi

Lampiran 4. Tabulasi Data minat beli konsumen

Lampiran 5. Tabel R

Lampiran 6. Tabel T

Lampiran 7. Tabel F

Lampiran 8. Surat Keterangan Riset

Lampiran 9. Daftar Riwayat Hidup