

**PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *MESIN JAHIT*  
*BROTHER***

(STUDI PADA PT. BROTHERSINDO SAUDARA SEJATI AREA JABODETABEK)

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN MEMENUHI SALAH SATU  
SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN**

Oleh :

RASHIDAH WIDADARINI BAHARANI PUTERI  
NPM : S1-0215009



**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BINANIAGA  
BOGOR**

**2018**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 (S-1) MANAJEMEN**  
**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BINANIAGA BOGOR**

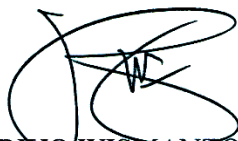
**PENGESAHAN SKRIPSI**

JUDUL : PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *MESIN JAHIT*  
*BROTHER* (STUDI PADA PT. BROTHERSINDO SAUDARA  
SEJATI AREA JABODETABEK)

OLEH : RASHIDAH WIDADARINI BAHARANI PUTERI

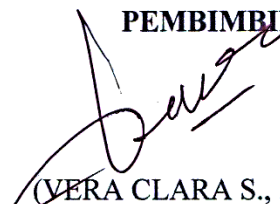
NPM : S1-0215009

**PEMBIMBING I**



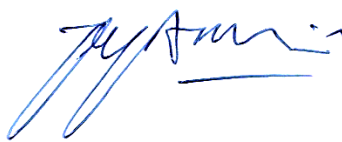
(PRIYO WISMANTORO, Drs.,MM)

**PEMBIMBING II**



(VERA CLARA S., S.Sos., MM)

**PENGUJI 1**



(Dr. YULI ANWAR, SE., M.Ak)

**PENGUJI 2**



(DEDY MULYADI, S.Si., M.Kom)

**KETUA**  
**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BINANIAGA BOGOR**

(Dr. YULI ANWAR, SE., M.Ak)

**PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI, DAN LOKASI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MESIN JAHIT BROTHER  
(STUDI PADA PT. BROTHERSINDO SAUDARA SEJATI)**

**Oleh:**

**Rashidah Widadarini Baharani Puteri  
S10215009**

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruh suatu produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian mesin jahit Brother pada PT. Brothersindo Saudara Sejati Area Jabodetabek.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dilakukan dengan penyebaran kuesioner yang akan diisi oleh responden melalui *Google Form* yang dikirimkan via *e-mail* maupun *chatting*. Populasi penelitian ini adalah konsumen atau *customer* mesin jahit Brother pada PT. Brothersindo Saudara Sejati Area Jabodetabek. Teknik sampling yang digunakan yaitu, *nonprobability* sampling dengan jenis *sampling jenuh*. Seluruh populasi dijadikan sampel sebanyak 138 responden dan penulis menerima kembali kuesioner yang sudah diisi sebanyak 128 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil dari analisis data yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel produk ( $X_1$ ) dan variabel promosi ( $X_3$ ) secara parsial terhadap keputusan pembelian mesin jahit Brother dengan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,97928. Pada variabel produk ( $X_1$ ) didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,813 dan pada variabel promosi ( $X_3$ ) didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,087. Sedangkan pada variabel harga ( $X_2$ ) dan variabel lokasi ( $X_4$ ) tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian mesin jahit Brother karena nilai  $t_{hitung}$  yang didapatkan pada variabel harga ( $X_2$ ) lebih kecil dari  $t_{tabel}$  dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,882 dan variabel lokasi ( $X_4$ ) didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,838.

Secara simultan atau bersama-sama variabel produk, harga, promosi dan lokasi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian mesin jahit Brother dengan  $F_{tabel}$  3,92. Hasil nilai dari  $F_{hitung}$  pada penelitian ini, yaitu sebesar 6,241 dan signifikansinya 0,000. Nilai koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0,142 atau 14,2%, artinya keputusan pembelian mesin jahit Brother pada PT. Brothersindo Saudara Sejati Area Jabodetabek dipengaruhi oleh produk, harga, promosi dan lokasi, sisanya 85,8% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci:** Bauran pemasaran, produk, harga, promosi, lokasi, dan keputusan pembelian

**THE INFLUENCE OF THE PRODUCTS, PRICES, PROMOTION, AND  
LOCATION ON THE PURCHASE DECISIONS A SEWING MACHINES  
BROTHER (STUDY AT PT. BROTHERSINDO SAUDARA SEJATI  
JABODETABEK AREA)**

**Oleh:  
Rashidah Widadarini Baharani Puteri  
S10215009**

**ABSTRACT**

*This research was conducted with the aim to be able to find out how much influence a product, price, promotion and location have on the decision to purchase Brother sewing machines at PT. Brothersindo Saudara Sejati Jabodetabek Area.*

*The type of research is quantitative research. Quantitative research is carried out by distributing questionnaires to be filled out by respondents through Google Form that is sent via e-mail or chat. The research population is consumers or customers of Brother sewing machines at PT. Brothersindo Saudara Sejati Jabodetabek Area. The sampling technique used is nonprobability sampling with a type of saturated sampling. The entire population was sampled as many as 138 respondents and the authors received back the questionnaire that had been filled as many as 128 respondents. The data analysis method used is multiple linear regression analysis.*

*The results of the data analysis showed that there were significant influences on product variables (X1) and promotion variables (X3) partially on the decision to purchase a Brother sewing machine with a  $t_{table}$  value of 1.97928. In the product variable (X1), the value of  $t_{count}$  is 2.813 and in the promotion variable (X3) the value of  $t_{count}$  is 3.087. Whereas in the price variable (X2) and location variable (X4) there is no significant influence on the purchase decision of the Brother sewing machine because the value of  $t_{count}$  obtained in the price variable (X2) is smaller than  $t_{table}$  with a  $t_{count}$  of 1.882 and location variable (X4) the value of  $t_{count}$  is 0.838.*

*Simultaneously or jointly the products, prices, promotion and location variables have a significant positive influence on the decision to purchase Brother sewing machines with  $F_{table}$  3.92. The results of the  $F_{count}$  in this study are 6,241 and the significance is 0,000. The coefficient of determination  $R^2$  is 0.142 or 14.2%, meaning that the decision to purchase Brother sewing machines at PT. Brothersindo Saudara Sejati Jabodetabek Area is influenced by products, prices, promotion and location, the remaining 85.8% is influenced by other variables not examined in this study.*

**Keyword:** Marketing mix, product, prices, promotion, location, and purchase decision

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT. atas segala rahmat dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MESIN JAHIT BROTHER PADA PT. BROTHERSINDO SAUDARA SEJATI AREA JABODETABEK”**.

Adapun tujuan dari penulisan proposal skripsi ini adalah memenuhi syarat akademis untuk menyelesaikan dan mendapatkan gelar sarjana ekonomi jurusan manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Binaniaga Bogor.

Tidak sedikit masalah yang penulis hadapi yang menjadi hambatan dalam penyelesaian proposal skripsi ini, hal ini karena keterbatasan kemampuan serta pengetahuan yang penulis miliki. Namun, atas bantuan dan dukungan dari berbagai pihak akhirnya penulisan dapat menyelesaikan semuanya.

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak guna penyajian tulisan di masa yang akan datang bisa jauh lebih baik dari sebelumnya. Di kesempatan ini, penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penulisan proposal skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Yuli Anwar, SE., M.Ak selaku ketua STIE Binaniaga Bogor
2. Bapak Priyo Wismantoro, Drs., M.M selaku dosen Pembimbing I STIE Binaniaga Bogor

3. Ibu Vera Clara Simanjuntak S.Sos., MM selaku dosen Pembimbing II STIE Binaniaga Bogor
4. Hendra Tjipta selaku *Head Manager* dan Nandi Widjaya selaku *Manager West Area* PT. Brothersindo Saudara Sejati Cabang Bogor beserta jajarannya.
5. Fernando selaku *Manager Sparepart* PT. Brothersindo Saudara Sejati yang telah memberikan bimbingan dan pelajaran kepada penulis selama menyusun skripsi.
6. Para Dosen STIE Binaniaga Bogor yang jasanya cukup besar dalam membimbing penulis selama studi di STIE Binaniaga Bogor.
7. Ayah dan Ibu, Kakak dan Adik beserta keluarga dan rekan-rekan yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam penulisan proposal skripsi ini.
8. Fany Gunawan yang selalu memberikan semangat kepada penulis selama penyusunan skripsi berlangsung.
9. Yadi Mulyadi yang telah membantu dan memberikan arahan bagi penulis selama menyusun skripsi.

Akhir kata, semoga proposal skripsi yang dibuat ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan juga bagi pembaca.

Bogor, 04 Oktober 2018

Penulis

## DAFTAR ISI

|                                         |            |
|-----------------------------------------|------------|
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>          | <b>i</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>                    | <b>ii</b>  |
| <b>ABSTRACT .....</b>                   | <b>iii</b> |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>              | <b>iv</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                  | <b>vi</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>               | <b>x</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>               | <b>xvi</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>           | <b>1</b>   |
| A. Latar Belakang Masalah.....          | 1          |
| B. Identifikasi Masalah .....           | 14         |
| C. Batasan Masalah.....                 | 15         |
| D. Perumusan Masalah .....              | 16         |
| E. Tujuan Penelitian .....              | 16         |
| F. Kegunaan Penelitian.....             | 17         |
| G. Sistematika Penulisan .....          | 17         |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>     | <b>20</b>  |
| A. Pemasaran dan Konsep Pemasaran ..... | 20         |
| B. Bauran Pemasaran.....                | 27         |
| a. Produk.....                          | 28         |

|                                                                       |           |
|-----------------------------------------------------------------------|-----------|
| b. Harga.....                                                         | 38        |
| c. Promosi.....                                                       | 44        |
| d. Lokasi.....                                                        | 49        |
| C. Keputusan Pembelian.....                                           | 53        |
| a. Pengertian Keputusan Pembelian.....                                | 53        |
| b. Peran Dalam Pembelian .....                                        | 54        |
| c. Jenis-jenis Perilaku Konsumen .....                                | 54        |
| d. Tahap-tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian.....                  | 56        |
| e. Perilaku Konsumen .....                                            | 58        |
| f. Indikator Keputusan Pembelian .....                                | 63        |
| D. Penelitian Terdahulu .....                                         | 64        |
| E. Kerangka Pemikiran.....                                            | 67        |
| F. Hipotesis Penelitian.....                                          | 69        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                                | <b>70</b> |
| A. Metode Penelitian / Jenis Penelitian .....                         | 70        |
| B. Tempat dan Waktu Penelitian .....                                  | 70        |
| C. Populasi dan Sampel .....                                          | 71        |
| a. Populasi.....                                                      | 71        |
| b. Sample.....                                                        | 71        |
| c. Teknik Sampling .....                                              | 72        |
| D. Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel Penelitian ..... | 74        |
| a. Definisi Variabel Penelitian .....                                 | 74        |
| b. Operasionalisasi Variabel Penelitian.....                          | 74        |

|                                                          |           |
|----------------------------------------------------------|-----------|
| E. Sumber Data dan Pengumpulan Data .....                | 76        |
| a. Sumber Data.....                                      | 76        |
| b. Teknik Pengumpulan Data .....                         | 77        |
| F. Metode Analisis Data .....                            | 78        |
| G. Instrumen Penelitian.....                             | 80        |
| a. Uji Validitas dan Reliabilitas .....                  | 80        |
| b. Uji Asumsi Klasik .....                               | 82        |
| H. Pengujian Hipotesis.....                              | 85        |
| a. Analisis Regresi Linear Berganda.....                 | 85        |
| b. Analisis Koefisien Determinasi .....                  | 86        |
| c. Uji Hipotesis .....                                   | 86        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>       | <b>90</b> |
| A. Gambaran Umum Tempat Penelitian.....                  | 90        |
| a. Sejarah Singkat PT. Brothersindo Saudara Sejati ..... | 90        |
| b. Visi dan Misi PT. Brothersindo Saudara Sejati .....   | 90        |
| B. Karakteristik Responden .....                         | 91        |
| a. Jenis Kelamin .....                                   | 91        |
| b. Umur .....                                            | 92        |
| c. Jabatan.....                                          | 94        |
| C. Indikasi Awal .....                                   | 95        |
| a. Variabel Produk ( $X_1$ ).....                        | 96        |
| b. Variabel Harga ( $X_2$ ) .....                        | 111       |
| c. Variabel Promosi ( $X_3$ ).....                       | 126       |

|                                                     |            |
|-----------------------------------------------------|------------|
| d. Variabel Lokasi ( $X_4$ ) .....                  | 142        |
| e. Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....           | 154        |
| D. Data Hasil Penelitian.....                       | 165        |
| a. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....    | 165        |
| b. Hasil Uji Asumsi Klasik .....                    | 173        |
| c. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda ..... | 180        |
| d. Hasil Pengujian Hipotesis .....                  | 184        |
| E. Pembahasan Hasil Penelitian .....                | 190        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>             | <b>200</b> |
| A. Kesimpulan .....                                 | 200        |
| B. Saran.....                                       | 201        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                         | <b>203</b> |
| <b>LAMPIRAN</b>                                     |            |

## DAFTAR TABEL

|                                                               |     |
|---------------------------------------------------------------|-----|
| 1. Jenis-jenit Mesin Jahit Merek Brother .....                | 10  |
| 2. Perincian 4P dari <i>Marketing mix</i> .....               | 28  |
| 3. Penelitian Terdahulu. ....                                 | 64  |
| 4. Operasionalisasi Variabel Penelitian.....                  | 75  |
| 5. Skor Berdasarkan Skala <i>Likert</i> .....                 | 79  |
| 6. Karakteristik Responden: Jenis Kelamin .....               | 92  |
| 7. Karakteristik Responden: Umur.....                         | 93  |
| 8. Karakteristik Responden: Jabatan .....                     | 94  |
| 9. Penafsiran Interval Skor .....                             | 96  |
| 10. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-1 Kategori Pria.....   | 96  |
| 11. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-1 Kategori Wanita..... | 97  |
| 12. Nilai Rata-rata Pernyataan ke-1 .....                     | 98  |
| 13. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-2 Kategori Pria.....   | 98  |
| 14. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-2 Kategori Wanita..... | 99  |
| 15. Nilai Rata-rata Pernyataan ke-2 .....                     | 100 |
| 16. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-3 Kategori Pria.....   | 100 |
| 17. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-3 Kategori Wanita..... | 101 |
| 18. Nilai Rata-rata Pernyataan ke-3 .....                     | 102 |
| 19. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-4 Kategori Pria.....   | 102 |
| 20. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-4 Kategori Wanita..... | 103 |
| 21. Nilai Rata-rata Pernyataan ke-4 .....                     | 104 |
| 22. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-5 Kategori Pria.....   | 104 |

|                                                                |     |
|----------------------------------------------------------------|-----|
| 23. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-5 Kategori Wanita.....  | 105 |
| 24. Nilai Rata-rata Pernyataan ke-5 .....                      | 106 |
| 25. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-6 Kategori Pria.....    | 106 |
| 26. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-6 Kategori Wanita.....  | 107 |
| 27. Nilai Rata-rata Pernyataan ke-6 .....                      | 108 |
| 28. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-7 Kategori Pria.....    | 109 |
| 29. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-7 Kategori Wanita.....  | 110 |
| 30. Nilai Rata-rata Pernyataan ke-7 .....                      | 111 |
| 31. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-8 Kategori Pria.....    | 111 |
| 32. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-8 Kategori Wanita.....  | 112 |
| 33. Nilai Rata-rata Pernyataan ke-8 .....                      | 113 |
| 34. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-9 Kategori Pria.....    | 113 |
| 35. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-9 Kategori Wanita.....  | 114 |
| 36. Nilai Rata-rata Pernyataan ke-9 .....                      | 115 |
| 37. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-10 Kategori Pria.....   | 115 |
| 38. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-10 Kategori Wanita..... | 116 |
| 39. Nilai Rata-rata Pernyataan ke-10 .....                     | 117 |
| 40. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-11 Kategori Pria.....   | 118 |
| 41. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-11 Kategori Wanita..... | 119 |
| 42. Nilai Rata-rata Pernyataan ke-11 .....                     | 120 |
| 43. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-12 Kategori Pria.....   | 120 |
| 44. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-12 Kategori Wanita..... | 121 |
| 45. Nilai Rata-rata Pernyataan ke-12 .....                     | 122 |

|                                                                |     |
|----------------------------------------------------------------|-----|
| 46. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-13 Kategori Pria.....   | 122 |
| 47. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-13 Kategori Wanita..... | 123 |
| 48. Nilai Rata-rata Pernyataan ke-13 .....                     | 124 |
| 49. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-14 Kategori Pria.....   | 124 |
| 50. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-14 Kategori Wanita..... | 125 |
| 51. Nilai Rata-rata Pernyataan ke-14 .....                     | 126 |
| 52. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-15 Kategori Pria.....   | 126 |
| 53. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-15 Kategori Wanita..... | 127 |
| 54. Nilai Rata-rata Pernyataan ke-15 .....                     | 128 |
| 55. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-16 Kategori Pria.....   | 129 |
| 56. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-16 Kategori Wanita..... | 130 |
| 57. Nilai Rata-rata Pernyataan ke-16 .....                     | 131 |
| 58. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-17 Kategori Pria.....   | 131 |
| 59. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-17 Kategori Wanita..... | 132 |
| 60. Nilai Rata-rata Pernyataan ke-17 .....                     | 133 |
| 61. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-18 Kategori Pria.....   | 133 |
| 62. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-18 Kategori Wanita..... | 134 |
| 63. Nilai Rata-rata Pernyataan ke-18 .....                     | 135 |
| 64. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-19 Kategori Pria.....   | 135 |
| 65. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-19 Kategori Wanita..... | 136 |
| 66. Nilai Rata-rata Pernyataan ke-19 .....                     | 137 |
| 67. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-20 Kategori Pria.....   | 137 |
| 68. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-20 Kategori Wanita..... | 138 |

|                                                                |     |
|----------------------------------------------------------------|-----|
| 69. Nilai Rata-rata Pernyataan ke-20 .....                     | 139 |
| 70. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-21 Kategori Pria.....   | 139 |
| 71. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-21 Kategori Wanita..... | 140 |
| 72. Nilai Rata-rata Pernyataan ke-21 .....                     | 141 |
| 73. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-22 Kategori Pria.....   | 142 |
| 74. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-22 Kategori Wanita..... | 143 |
| 75. Nilai Rata-rata Pernyataan ke-22 .....                     | 144 |
| 76. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-23 Kategori Pria.....   | 144 |
| 77. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-23 Kategori Wanita..... | 145 |
| 78. Nilai Rata-rata Pernyataan ke-23 .....                     | 146 |
| 79. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-24 Kategori Pria.....   | 146 |
| 80. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-24 Kategori Wanita..... | 147 |
| 81. Nilai Rata-rata Pernyataan ke-24 .....                     | 148 |
| 82. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-25 Kategori Pria.....   | 149 |
| 83. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-25 Kategori Wanita..... | 150 |
| 84. Nilai Rata-rata Pernyataan ke-25 .....                     | 151 |
| 85. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-26 Kategori Pria.....   | 151 |
| 86. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-26 Kategori Wanita..... | 152 |
| 87. Nilai Rata-rata Pernyataan ke-26 .....                     | 153 |
| 88. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-27 Kategori Pria.....   | 154 |
| 89. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-27 Kategori Wanita..... | 155 |
| 90. Nilai Rata-rata Pernyataan ke-27 .....                     | 156 |
| 91. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-28 Kategori Pria.....   | 156 |

|                                                                  |     |
|------------------------------------------------------------------|-----|
| 92. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-28 Kategori Wanita.....   | 157 |
| 93. Nilai Rata-rata Pernyataan ke-28 .....                       | 158 |
| 94. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-29 Kategori Pria.....     | 158 |
| 95. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-29 Kategori Wanita.....   | 159 |
| 96. Nilai Rata-rata Pernyataan ke-29 .....                       | 160 |
| 97. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-30 Kategori Pria.....     | 160 |
| 98. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-30 Kategori Wanita.....   | 161 |
| 99. Nilai Rata-rata Pernyataan ke-30 .....                       | 162 |
| 100. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-31 Kategori Pria.....    | 163 |
| 101. Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-31 Kategori Wanita ..... | 164 |
| 102. Nilai Rata-rata Pernyataan ke-31 .....                      | 165 |
| 103. Uji Validitas Variabel Produk ( $X_1$ ).....                | 166 |
| 104. Uji Reliabilitas Variabel Produk ( $X_1$ ) .....            | 167 |
| 105. Uji Validitas Variabel Harga ( $X_2$ ).....                 | 167 |
| 106. Uji Reliabilitas Variabel Harga ( $X_2$ ).....              | 168 |
| 107. Uji Validitas Variabel Promosi ( $X_3$ ) .....              | 169 |
| 108. Uji Reliabilitas Variabel Promosi ( $X_3$ ) .....           | 170 |
| 109. Uji Validitas Variabel Lokasi ( $X_4$ ).....                | 170 |
| 110. Uji Reliabilitas Variabel Lokasi ( $X_4$ ).....             | 171 |
| 111. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....         | 172 |
| 112. Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....     | 173 |
| 113. Hasil Uji Normalitas: SPSS 20 .....                         | 174 |
| 114. Hasil Uji Normalitas .....                                  | 174 |

|                                                        |     |
|--------------------------------------------------------|-----|
| 115.Hasil Uji Multikolinearitas: SPSS 20.....          | 177 |
| 116.Hasil Uji Multikolinearitas.....                   | 178 |
| 117.Hasil Analisis Regresi Linear Berganda: SPSS ..... | 181 |
| 118.Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....       | 181 |
| 119.Hasil Uji Parsial (Uji t) .....                    | 185 |
| 120.Hasil Uji Simultan (Uji F).....                    | 187 |
| 121.Interpretasi Koefisien Korelasi .....              | 189 |
| 122.Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....        | 190 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                |     |
|----------------------------------------------------------------|-----|
| 1. Pendekatan Sistem .....                                     | 2   |
| 2. Konsep Inti Pemasaran.....                                  | 21  |
| 3. Prinsip Dasar Pemasaran.....                                | 26  |
| 4. Tingkatan Produk. ....                                      | 31  |
| 5. Model 3C Untuk Penetapan Harga. ....                        | 41  |
| 6. Model Proses Pembelian. ....                                | 56  |
| 7. Tahap-tahap Diantara Evaluasi dan Keputusan Pembelian. .... | 57  |
| 8. Kerangka Pemikiran.....                                     | 69  |
| 9. Grafik Karakteristik Responden: Jenis Kelamin.....          | 92  |
| 10. Grafik Karakteristik Responden: Umur .....                 | 93  |
| 11. Grafik Karakteristik Responden: Jabatan.....               | 95  |
| 12. Hasil Uji Normalitas: Plot.....                            | 176 |
| 13. Hasil Uji Normalitas: Histogram .....                      | 176 |
| 14. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                        | 180 |