

KONSUMEN PADA TOKO WISNU DI SINGONEGARAN KOTA KEDIRI

Dosen pembimbing : Aprilia Dian Evasari, S.E., M.M
: Beny Mahyudi S, S.E., M.M
Nama Mahasiswa : Gian Oktaviani
NPM : 20130210186

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu variasi produk, harga, lokasi terhadap variabel terikat yaitu minat beli pada konsumen toko wisnu. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan cara penyebaran kuesioner untuk memperoleh data. Penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda, uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi, dengan menggunakan uji SPSS versi 25. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan Teknik accidental sampling. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu 98 responden. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Variasi Produk secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli, Harga secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli, Lokasi secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Variasi Produk, Harga, dan Lokasi secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Dengan adanya penelitian ini perusahaan bisa lebih meningkatkan berbagai faktor yang dapat membuat minat beli meningkat

Kata Kunci : Variasi Produk, Harga, Lokasi, dan Minat Beli

DAFTAR ISI

Cover Skripsi	i
Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	ii
Lembar Pengesahan Skripsi	iii
Pengesahan Skripsi	iv
Abstraksi	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	6
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.5.1 Manfaat Operasional.....	7
1.5.2 Manfaat Akademik.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Tinjauan dan Kajian Pustaka	15
2.2.1 Manajemen	15
2.2.2 Variasi Produk	21
2.2.3 Harga.....	24
2.2.4 Lokasi	29

2.2.5	Minat Beli.....	31
2.3	Teori Hubungan Antar Variabel	33
2.3.1	Hubungan Variasi Produk Terhadap Minat Beli	33
2.3.2	Hubungan Harga Terhadap Minat Beli.....	33
2.3.3	Hubungan Lokasi Terhadap Minat Beli	34
2.3.4	Hubungan Variasi Produk, Harga, Lokasi Terhadap Minat Beli.....	34
2.4	Kerangka Teoritik	36
2.5	Hipotesis.....	36
2.5.1	Variasi Produk berpengaruh terhadap Minat Beli	36
2.5.2	Harga berpengaruh terhadap Minat Beli	37
2.5.3	Lokasi berpengaruh terhadap Minat Beli	37
2.5.4	Variasi Produk, Harga, Lokasi berpengaruh terhadap Minat Beli.....	38

BAB III METODE PENELITIAN.....39

3.1	Ruang Lingkup Penelitian	39
3.2	Jenis Penelitian	39
3.3	Lokasi Penelitian	39
3.4	Populasi dan Sampel	39
3.4.1	Populasi	39
3.4.2	Sampel.....	40
3.5	Teknik Pengambilan Sampel	40
3.6	Penentuan Jumlah Sampel.....	40
3.7	Data dan Teknik Pengumpulannya.....	42
3.7.1	Data dan Sumber Data.....	42
3.7.2	Teknik Pengumpulan Data	42
3.8	Identifikasi Variabel.....	44
3.9	Definisi Operasional Variabel	44

3.10 Teknis Analisis Data	52
3.10.1 Uji Validitas	53
3.10.2 Uji Reliabilitas	53
3.10.3 Uji Asumsi Klasik	54
3.10.4 Analisis Regresi Linier Berganda	54
3.10.5 Uji t.....	56
3.10.6 Uji F	56
3.10.7 Uji Koefisien Determinasi(Uji R^2).....	57
BAB IV PEMBAHASAN	58
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	58
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	58
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	58
4.1.3 Lokasi Perusahaan.....	59
4.1.4 Struktur Organisasi	59
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	60
4.2.1 Gambaran Umum Responden	60
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia ..	61
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	63
4.2.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Variasi Produk (X1)	63
4.2.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Harga (X2) ..	65
4.2.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Lokasi (X3) ..	67
4.2.2.4 Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli (Y)	69
4.2.3 Pembahasan Hasil Analisis Data.....	70
4.2.3.1 Uji Validitas	70
4.2.3.2 Uji Reliabilitas	73

4.2.3.3 Uji Asumsi Klasik	74
4.2.3.4 Uji Regresi Linier Berganda	76
4.2.3.5 Uji Hipotesis.....	78
4.2.3.6 Uji Koefisien Determinasi.....	80
4.3 Interpretasi Data	81
4.3.1 Pengaruh Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Wisnu di Singonegaran Kota Kediri.	81
4.3.2 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Wisnu di Singonegaran Kota Kediri	82
4.3.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Wisnu di Singonegaran Kota Kediri	83
4.3.4 Pengaruh Variasi Produk, Harga, Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Wisnu di Singonegaran Kota Kediri	83
BAB V PENUTUP	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran	85
5.2.1 Bagi Perusahaan	85
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	86
DAFTAR PUSTAKA	87

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 3.1 Skala Likert	43
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	45
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	60
Tabel 4.2 Usia Responden.....	61
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	62
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Variasi Produk (X1)	63
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Harga (X2).....	65
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Lokasi (X3)	67
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Minat Beli (Y).....	69
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas (X1)	71
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas (X2)	71
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas (X3)	72
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas (Y)	72
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas.....	73
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas	74
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas.....	76
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	76
Tabel 4.16 Hasil Uji t.....	78

Tabel 4.17 Hasil Uji F	80
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Teoritik.....	36
Gambar 4.1 Stuktur Organisasi.....	59
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran I Kuesioner	94
Lampiran II Nilai Jawaban Responden.....	102
Lampiran III Hasil Uji SPSS.....	119
Lampiran IV Surat Balasan.....	136
Lampiran V Dokumentasi	138