



**PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP  
KEPUTUSAN MEMBELI PADA UD. USAHA  
LUBIS PANYABUNGAN KOTA**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat  
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Bidang Ekonomi Syariah  
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh:

**SARIFUDDIN LUBIS**  
NIM. 12230 0163

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PADANGSIDIMPUAN**

**2018**



**PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP  
KEPUTUSAN MEMBELI PADA UD. USAHA  
LUBIS PANYABUNGAN KOTA**

**SKRIPSI**

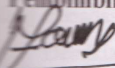
*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat Untuk  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Bidang Ilmu Ekonomi Syariah  
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

**Oleh:**

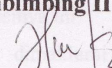
SARIFUDDIN LUBIS  
NIM. 12230 0163

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH**

**Pembimbing I**

  
Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag  
NIP. 19731128 200112 1 001

**Pembimbing II**

  
Nurul Izzah, M.Si  
NIP. 19900122 20180 1 003

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PADANGSIDIMPUAN**

**2018**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733  
Telp.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

Hal : Skripsi  
a.n SARIFUDDIN LUBIS  
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, 10 Juli 2018

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Padangsidimpuan

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran untuk perbaikan  
seperlunya terhadap skripsi a.n SARIFUDDIN LUBIS  
yang berjudul "**Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap  
keputusan Membeli Pada UD.Usaha Lubis  
Panyabungan Kota**".

Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk  
melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar  
Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ekonomi Syariah Konsentrasi Manajemen dan  
Bisnis Syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani  
sidang munaqasah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas  
perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb*

Pembimbing I

Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag  
NIP. 19731128 200112 1 001

Pembimbing II

Nurul Izzah, M.Si  
NIP.19900122 20180 1 003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH**

Ketua Senat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan bersama anggota penguji lainnya yang diangkat oleh Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan Berdasarkan Surat Keputusan Nomor : B-1378/In.14/G1/G.6/PP.01.1/10/2018 tanggal 28 September 2018, setelah memperhatikan hasil ujian dari mahasiswa

NAMA : Sarifuddin Lubis  
NIM : 122300163  
Jurusan/Konsentrasi : Ekonomi Syariah / Manajemen Bisnis

Dengan ini menyatakan LULUS, LULUS BERSYARAT, MENGULANG DALAM UJIAN Munaqasyah FEBI IAIN Padangsidimpuan dengan nilai Ujian Munaqasyah 70... (B...) ditambah nilai Ujian Komprehensif 70... (B...), sehingga menjadi Nilai Skripsi 70... (B...).

Dengan demikian mahasiswa tersebut telah menyelesaikan seluruh beban studi yang telah ditetapkan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan memperoleh yudisium :

f. CUMLAUDE : 3,50 – 4,00  
g. AMAT BAIK : 3,00 – 3,49  
h. BAIK : 2,50 – 2,99  
i. CUKUP : 2,00 – 2,49  
j. TIDAK LULUS : 0,00 – 1,99

Dengan Indeks Prestasi Kumulatif 2,75 . Oleh karena itu kepadanya diberikan hak memakai gelar SARJANA EKONOMI (SE) dalam ilmu Ekonomi Syariah dan segala hak yang menyertainya.

Mahasiswa yang namanya tersebut di atas terdaftar sebagai alumni ke : 4/2

Padangsidimpuan, 02 Oktober 2018  
Panitia Ujian Munaqasyah

Ketua,

Dr. Darwis Harahap., M.Si  
NIP : 197808182009011015

Anggota Penguji :

1. Dr. Darwis Harahap., M.Si
2. Delima Sari Lubis, MA
3. Drs. Kamaluddin, M.Ag
4. Azwar Hamid, M.A

Sekretaris,

Delima Sari Lubis, MA  
NIP : 198405122014032002

1.

2.

3.

4.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl.H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidempuan 22733  
Tel.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022 s

**DEWAN PENGUJI**  
**SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**Nama** : SARIFUDDIN LUBIS  
**Nim** : 122300163  
**Fakultas/Jurusan** : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah-4 MB-3  
**Judul Skripsi** : **PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PADA UD.USAHA LUBIS PANYABUNGAN KOTA**

**Ketua**

Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si  
NIP.19780818 200901 1 015

**Sekretaris**

Delima Sari Lubis, M.A  
NIP. 19840512 201413 2 0002

**Anggota**

Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si  
NIP.19780818 200901 1 015

Delima Sari Lubis, M.A  
NIP. 19840512 201413 2 002

Drs. Kamaluddin, M.Ag  
NIP.19651102 199103 1 001

Azwar Hamid, M.A  
NIP.19860311 201503 1 005

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**  
**Di** : Padangsidempuan  
**Hari/Tanggal** : Selasa/ 02 Oktober 2018  
**Pukul** : 14.00 WIB s/d 16.00 WIB  
**Hasil/Nilai** : Lulus /70 (B)  
**Predikat** : Baik  
**IPK** : 2,75

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SARIFUDDIN LUBIS  
NIM : 12 2300163  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah (Manajemen Bisnis-3)  
Judul : **“Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap keputusan Membeli Pada UD.Usaha Lubis Panyabungan Kota”**  
Skripsi

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 10 Juli 2018

Saya yang Menyatakan,



**SARIFUDDIN LUBIS**  
122300163

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : SARIFUDDIN LUBIS  
Nim : 122300163  
Jurusan : Ekonomi Syariah (ManajemenBisnis-3)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
JenisKarya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan,menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap keputusan Membeli Pada UD.Usaha Lubis Panyabungan Kota**".Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidempuan  
Pada tanggal,9 Agustus 2018

Yang Menyatakan



**SARIFUDDIN LUBIS**  
**122300163**

ABSTRAK

SARIFUDDIN LUBIS  
122300163



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733  
Telp. (0634)22080 Fax. (0634)24022

**PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap  
Keputusan Membeli Pada UD. Usaha Lubis  
Panyabungan Kota**

**NAMA : SARIFUDDIN LUBIS**  
**NIM : 122300163**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas  
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar  
**Sarjana Ekonomi (S.E)**  
dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidempuan, 31 Oktober 2018  
Dekan,



**Dr. Darwis Harahap, S.H., M.Si**  
NIP. 19780818 200901 1 015



## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Syukur *alhamdulillah* peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah direncanakan. Kemudian shalawat dan salam hadiahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW dimana kelahirannya menjadi anugerah bagi umat manusia serta rahmat bagi seluruh alam, sehingga terciptanya kedamaian dan ketinggian makna ilmu pengetahuan di dunia ini.

Sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Membeli Pada UD.Usaha Lubis Panyabungan Kota”**. Disusun untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Peneliti menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi.

Melalui kesempatan ini pula, dengan kerendahan hati peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof.Dr.H.Ibrahim Siregar, MCL., Rektor IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan serta Bapak Dr. Sumper Mulia Harahap, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.
4. Bapak Dr. H. Fatahuddin Azis Siregar, M.Ag selaku pembimbing I dan Ibu Nurul Izzah, M.SI selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan motivasi kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, MA., Kepala perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku selama proses perkuliahan dan penyelesaian penulisan skripsi ini.
6. Bapak H.Sofyan Sahuri Lubis sebagai pemilik UD.Usaha Lubis Panyabungan Kota beserta seluruh keluarga yang ada di UD.Usaha Lubis Panyabungan Kota.
7. Bapak dan Ibu Dosen beserta Staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, yang telah ikhlas memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi peneliti .
8. Teristimewa untuk keluarga tercinta Penghargaan dan terima kasih yang tidak ternilai kepada Ayahanda dan Ibunda tercinta, yang telah banyak melimpahkan pengorbanannya yang tidak pernah mengenal lelah, selalu memberikan semangat, sabar dan selalu memberikan motivasi kepada peneliti, kasih sayangnya dan do'a yang senantiasa mengiringi langkah peneliti.  
Untuk sahabat peneliti khususnya Muhammad Syarif Siregar, Rudiansyah Harahap, Zul Wahidin, Raja Parlindungan, Faisal yang telah memberikan

semangat dan membantu peneliti dalam suka maupun duka dalam menyelesaikan skripsi ini.

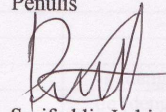
10. Kerabat dan seluruh rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2012, teristimewa Ekonomi Syariah-4 (Manajemen Bisnis-3) 2012 yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Dengan memohon rahmat dan ridho Allah semoga pihak-pihak yang peneliti sebutkan di atas selalu dalam lindungan dan petunjuk Allah SWT dan Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Sungguh telah sangat berarti pelajaran dan pengalaman yang peneliti temukan dalam proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini hingga menuju tahap akhir.

Akhirnya peneliti menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran dan kritikan yang sifatnya membangun sangat peneliti butuhkan demi kesempurnaan tulisan ini.

Padangsidempuan, 10 Juli 2018

Penulis



Sarifuddin Lubis  
NIM. 12 230 0163

## ABSTRAK

**Nama** : SARIFUDDIN LUBIS  
**NIM** : 122300163  
**Judul Skripsi** : Pengaruh harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Membeli Pada UD.Usaha Lubis Panyabungan kota

Latar belakang masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah harga dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan membeli. Rumusan masalah dalam penelitian adalah apakah ada pengaruh positif secara parsial maupun secara simultan antara variabel atribut harga, lokasi berpengaruh terhadap keputusan membeli pada UD.Usaha Lubis Panyabungan Kota.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun simultan antara variabel atribut harga dan lokasi terhadap keputusan membeli pada UD.Usaha Lubis Panyabungan Kota. Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan pemasaran produk. Sehubungan dengan itu, pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan pemasaran sebagai aspek atau bagian-bagian tertentu dari keilmuan tersebut.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket dengan skala likert, dalam hal ini angket diberikan kepada responden konsumen UD.Usaha Lubis Panyabungan Kota. Kemudian diolah dengan bantuan SPSS 23.0. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga adalah  $t_{hitung} = 1,684$  dan  $t_{tabel} = 2,002$  maka diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $1,684 > 2,002$ . Maka tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan membeli. Secara parsial variabel lokasi  $t_{hitung} = 0,635$  dan  $t_{tabel} = 2,002$ . Jadi  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $0,635 < 2,002$ . Maka memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan membeli. Dengan  $R^2$  sebesar 0,799, pengaruh variabel harga dan lokasi memberikan kontribusi terhadap keputusan membeli adalah sebesar 79,9 persen. Sedangkan sisanya sebesar 20,1 persen disumbangkan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu “apakah harga berpengaruh terhadap keputusan membeli pada UD.Usaha Lubis Panyabungan Kota. Dan tujuannya untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara harga dan lokasi terhadap keputusan membeli pada UD.Usaha Lubis Panyabungan Kota. Di dukung dengan teori-teori yang berkaitan dengan bidang ilmu ekonomi ini tentang manajemen pemasaran.

**Kata kunci** : Pengaruh, Harga dan Lokasi, Keputusan Membeli

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### A. Konsonan




Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak di lambangkan	Tidak di lambangkan
ب	Ba	B	be
ت	Ta	T	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	de
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	s (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘.	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	ki
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	nun	N	en
و	wau	W	we
ه	ha	H	ha
ء	hamzah	..’..	apostrof
ي	ya	Y	ye



## B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.




1. Vokal Tunggal adalah vocal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	ḍommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vocal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, translit erasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	fathah danya	Ai	a dan i
	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, translit erasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
	Kasrah dan ya	ī	I dan garis di bawah
	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

## C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua.

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, translit erasinya adalah /t/.

2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, translit erasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhirkatanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditranslit erasikan dengan ha (h).

#### **D. Syaddah (Tasydid)**

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

#### **E. Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu : ﻻ . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

## **F. Hamzah**

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

## **G. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, mau pun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

## **H. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.



## **I. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama.

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>Halaman Judul</b>	
<b>Halaman Pengesahan Pembimbing</b>	
<b>Surat Pernyataan Pembimbing</b>	
<b>Halaman Pernyataan Menyusun Skripsi Sendiri</b>	
<b>Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi</b>	
<b>Halaman Pengesahan DekanFakultas Ekonomi dan Bisnis Islam</b>	
<b>Berita Acara Sidang Munaqasyah</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	9
C. Batasan Masalah.....	9
D. Definisi Operasional Variabel.....	10
E. Rumusan Masalah.....	11
F. Tujuan Penelitian .....	11
G. Kegunaan Penelitian.....	11
H. SistematikaPembahasan .....	12

### **BAB II LANDASAN TEORI**

1. Kerangka Teori.....	12
1.1. KeputusanMembeli .....	12
1.2. Harga .....	20
1.3. Lokasi.....	22
2. PenelitianTerdahulu .....	28
3. Kerangka Pikir .....	30
4. Hipotesis.....	31

### **BAB III METODE PENELITIAN**

1. Lokasi dan waktu penelitian.....	32
2. Jenis Penelitian.....	32
3. Populasi dan Sampel .....	32
4. Sumber Data.....	35
5. Instrumen Pengumpulan Data .....	36
6. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	37
7. Analisis Data .....	38
8. Uji Regresi Linear Berganda .....	41
8. Pengujian Hipotesis .....	41
Daftar pustaka.....	44

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran umum perusahaan.....	46
1. Sejarah UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota.....	46
2. Visi dan Misi.....	47
3. Tugas dan Tanggung Jawab.....	48
B. Hasil penelitian.....	48
1. Uji Validitas.....	49
2. Uji Reliabilitas.....	51
3. Uji Normalitas.....	52
4. Uji Asumsi Klasik.....	53
a. Uji Multikolinearitas.....	54
b. Uji Heteroskedastisitas.....	55
c. Uji Autokorelasi.....	56
5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	57

6. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	58
7. Uji Hipotesis.....	58
a. Uji t.....	59
b. Uji f.....	60
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	61
D. Keterbatasan Penelitian.....	63
<b>BAB V PENUTUP DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan.....	64
B. Saran.....	64

#### **DAFTAR FUSTAKA**

#### **CURICULUM VITAE**

#### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel1.1 :OmzetPenjualanUD.UsahaLubisTahun 2016.....	7
Tabel2.1 :JumlahPembeliUD.UsahaLubisTahun 2016.....	8
Tabel 3.1 :DefenisiOperasionalVariabel.....	11
Tabel 4.1 :Penelitianterdahulu.....	30
Tabel 4.2 :PenetapanSkorAlternatifAtasJawabanAngket.....	38
Tabel 4.3 :StrukturOrganisasi.....	48
Tabel 4.4 :UjiValiditasHarga ( $X_1$ ).....	49
Tabel 4.5 :UjiValiditasLokasi ( $X_2$ ).....	50
Tabel 4.6 :UjiValiditasKeputusanMembeli (Y).....	50
Tabel 4.7 :UjiReliabilitasHarga.....	51
Tabel 4.8 :UjiReliabilitasLokasi.....	51
Tabel 4.9 :UjiNormalitas.....	52
Tabel4.10 :UjiMultikolonieritas.....	54
Tabel4.11 :UjiAutokorelasi.....	56
Tabel4.12 :UjiRegresi Linier Berganda.....	57
Tabel4.13 :UjiKoefisienDeterminasi ( $R^2$ ).....	58
Tabel4.14 :Uji t.....	59
Tabel4.15 :Uji f.....	60

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar3.1 :KerangkaPikir.....	32
Gambar4.1 :StrukturOrganisasi.....	48

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 DaftarPertanyaan

Lampiran 2 HasilJawabanRespondenVariabelHarga

Lampiran 3 HasilJawabanRespondenVariabelLokasi

Lampiran 4 HasilJawabanRespondenVariabelKeputusanMembeli

Lampiran 5 R Tabel

Lampiran 6 F Tabel

Lampiran 7 T Tabel

Lampiran 8 Dubrin\_Watson

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Di era perkembangan ekonomi dan kemajuan teknologi yang semakin pesat serta persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk menata manajemen yang baik. Manajemen dimaksud meliputi aspek pemasaran, sumber daya manusia, keuangan, strategi, operasional serta aspek-aspek lainnya yang sesuai dengan aspek dalam suatu usaha. Pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi mengakibatkan peningkatan taraf hidup dan persaingan dalam bidang industri, jasa dan dagang. Banyak hal yang harus dipertimbangkan suatu usaha agar konsumen menerima dengan baik produk usaha tersebut.

Dalam persaingan yang tajam seperti ini, keberhasilan perusahaan banyak ditentukan oleh ketepatan perusahaan dalam memanfaatkan peluang dan mengidentifikasi kegiatan-kegiatan individu dalam usahanya mendapatkan dan menggunakan barang ataupun jasa yang termasuk didalamnya proses keputusan pembelian. Banyak perusahaan yang berusaha memenangkan persaingan dengan cara memanfaatkan peluang bisnis dan berusaha menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka menguasai pasar. Salah satu tujuan perusahaan adalah untuk mempertahankan eksistensi kinerjanya untuk mencapai suatu tingkat pertumbuhan tertentu. Perusahaan tersebut akan berusaha menguasai pangsa pasar dengan berbagai strategi pemasaran dengan tujuan akhir mendapatkan laba maksimal dengan efisiensi kinerja yang optimal. Dengan kata lain, pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya mempertahankan kelangsungan hidup dalam persaingan usaha yang semakin ketat dan untuk mengembangkan usahanya.



Keputusan membeli adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Produk yang dijual pada UD. Usaha Lubis Kecamatan Panyabungan Kota sangat lengkap dan bervariasi mulai dari kebutuhan bangunan seperti keramik, cat, semen, besi, dan lainnya. UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota selalu berusaha untuk memenuhi stok produk, agar dapat segera mengisi ulang produk yang habis serta harga yang ditawarkan bersaing. Al-Qur'an telah menjelaskan mengenai pembelian sesuai dengan firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surah Al Furqan ayat 67 sebagai berikut:

قَوَامًا ذَٰلِكَ بَيْنَ وَكَانَ يَقْتَرُوا وَلَمْ يُسْرِفُوا لَمْ أَنْفَقُوا إِذَا وَالَّذِينَ

Artinya: “Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian. (QS. Al Furqan: 67)<sup>1</sup>

Al-Qur'an telah menjelaskan apabila kita ingin membelanjakan harta yang kita miliki atau melakukan pembelian janganlah berbelanja berlebih-lebihan dan sampai melewati batas. Karena nantinya akan tergolong dalam pemborosan. Jangan pula kikir sehingga nanti tidak dapat membelanjakan kewajiban yang seharusnya. Tetapi beradalah diantara kedua pilihan tersebut, karena ayat ini memerintahkan untuk hidup hemat. Allah SWT menggambarkan sikap konsumsi yang baik adalah tidak berlebihan dalam membelanjakan harta benda dan tidak pula kikir, melainkan pertengahan diantara

---

<sup>1</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Bekasi: PT. Dua Sukses Mandiri, 2012), hlm. 365.

keduanya. Pertengahan ini tampaknya dapat dimaknai sepadan dan profesional, dalam pengertian tidak besar pasak daripada tiang.<sup>2</sup> Dalam bahasa ekonomi, perilaku konsumsi Islami yang tidak berlebih-lebihan berarti bahwa pola permintaan Islami lebih didorong oleh faktor kebutuhan (*needs*) daripada keinginan (*wants*).<sup>3</sup>

Secara teoritis menurut Kotler, keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen terhadap barang yang ditawarkan sangat dipengaruhi oleh: harga, produk, pelayanan, dan lokasi perusahaan/toko. Untuk itu perusahaan harus tanggap terhadap apa yang harus dilakukan terkait dengan kelangsungan hidup usahanya, karena konsumen akan semakin selektif dalam melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhannya, untuk itu perusahaan harus mampu mempengaruhi pembeli untuk bersedia membeli barang-barang yang ditawarkan oleh perusahaan atau toko tersebut.<sup>4</sup>

Harga adalah nilai yang diberikan oleh konsumen terhadap barang atau jasa. Oleh karena itu, kunci untuk menentukan produk terletak pada pemahaman terhadap nilai yang akan diberikan konsumen kepada produk. Apabila harga lebih tinggi daripada nilai yang dirasakan konsumen, pertukaran tidak akan terjadi.<sup>5</sup> Terlebih dahulu konsumen akan melihat harga yang tercantum pada produk. Apakah terjadi kesesuaian antara harga dengan produk yang ditawarkan. Konsumen akan membandingkan harga yang ditawarkan di toko yang satu dengan toko lainnya, karena konsumen akan berfikir hemat.

Pada masa Rasulullah, beliau menolak untuk membuat kebijakan penetapan harga manakala tingkat harga di Madinah pada saat itu tiba-tiba naik. Hal ini dijelaskan dalam hadits nabi sebagai berikut:

---

<sup>2</sup>Azhari Akmal Tarigan, *Tafsir Ayat-ayat Ekonomi Al-Qur'an* (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2012), hlm. 205.

<sup>3</sup>Mustafa Edwin Nasution, dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 88.

<sup>4</sup>Kadek Ria Mariska Antari, dkk, "Pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan berbelanja pada mini market sastra mas tabanan" dalam *jurnal Ekonomi Manajemen*, Volume 4, No. 1, Tahun 2014, hlm. 2.

<sup>5</sup>Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah & Kewirausahaan* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 346.

Anas bin Malik menuturkan bahwa pada masa Rasulullah SAW pernah terjadi harga-harga membung tinggi. Para Sahabat lalu berkata kepada Rasul, “*Ya Rasulullah saw tetapkan harga demi kami.*” Rasulullah SAW menjawab:

إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ، الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ  
وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يُطَالِبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ.

Artinya : (ABUDAUD-3307) Dari Anas R.A dia berkata: Pernah orang-orang berkata:

“Wahai Rasulullah harga menanjak, karena itu, tentukanlah harga untuk kami!” Maka Rasulullah SAW bersabda: “Sesungguhnya Allah itulah yang menentukan harga, Yang menahan, Yang membentangkan lagi Yang Maha Pemberi rizki. Dan sesungguhnya aku berharap menghadap Allah, sedang di antara kamu tak seorang pun yang menuntunku karena suatu kezaliman, baik darah ataupun harta benda.”<sup>6</sup>

Hadits di atas menjelaskan bahwa kewajiban pemilik barang untuk menjual dengan harga yang tidak diridhoi-Nya bertentangan dengan ketetapan Allah SWT. Dalam hadits lain diceritakan bahwa Abu Hurairah juga menuturkan, pernah ada seorang laki-laki mendatangi Rasulullah SAW. Ia lalu berkata, “*Ya Rasulullah, tetapkanlah harga.*” Rasulullah SAW menjawab, “*Akan tetapi, aku hanya akan berdoa kepada Allah.*” Lalu datang orang lain dan berkata, “*Ya Rasulullah, tetapkanlah harga*” Beliau menjawab:

بَانَ اللَّهُ يَخْفِضُ وَيَرْفَعُ

<sup>6</sup>Bey Arifin dan A. Syinqithy Djamaluddin, *Terjemah Sunan Abu Dawud Jilid IV*, Diterjemahkan dari “*Mukhtashar Sunan Abu Dawud Jilid Juz V-VI*” oleh Hafidz Al- Mundziriy (Semarang: CV. Asy Syifa’, 1993), hlm. 75.

Artinya: Akan tetapi, Allahlah Yang menurunkan dan menaikkan harga”.(HR Ahmad dan ad-Darimi).

Dalam hadist di atas jelas dinyatakan bahwa pasar merupakan hukum alam (sunatullah) yang harus dijunjung tinggi. Tak seorangpun secara individual dapat mempengaruhi pasar, sebab pasar adalah kekuatan kolektif yang telah menjadi ketentuan Allah. Pelanggaran terhadap harga pasar, misalnya penetapan harga dengan cara dan karena alasan yang tidak tepat, merupakan suatu ketidakadilan yang akan dituntut pertanggungjawabannya di hadapan Allah. Sebaliknya, dinyatakan bahwa penjual yang menjual dagangannya dengan harga pasar adalah laksana orang yang berjuang di jalan Allah (*jihad fii sabilillah*), sementara yang menetapkan sendiri termasuk sebuah perbuatan ingkar kepada Allah.

Lokasi atau tempat atau letak adalah tempat dimana perusahaan itu didirikan.<sup>7</sup> Faktor lokasi/tempat juga merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu bisnis. Strategi lokasi adalah salah satu determinan yang paling penting dalam perilaku konsumen, perusahaan harus memilih lokasi yang strategis dalam menempatkan tokonya di suatu kawasan/daerah yang dekat dengan keramaian dan aktivitas masyarakat. Karena apabila terjadi kesalahan dalam memilih lokasi/tempat akan berpengaruh besar pada kelangsungan hidup pemilik toko.

Dalam membangun sebuah usaha diperlukan sebuah tempat dimana sebuah perusahaan tersebut akan berlokasi. Letak atau lokasi perusahaan sering disebut sebagai tempat kegiatan perusahaan melakukan kegiatan sehari-hari. Mayoritas dari para pedagang berjualan pada pusat pasar karena kegiatan tukar-menukar barang ataupun jual beli terjadi di pasar. Oleh karena itu lokasi toko yang strategis akan memudahkan

---

<sup>7</sup>Manulang, *Manajemen Personalia* (Medan, Ghalia Indonesia, 1991), hlm 41.

konsumen untuk mendapatkan barang yang akan di belinya tersebut. UD.Usaha Lubis berlokasi di Jalan Willem Iskandar Panyabungan Kota.Kedekatan toko dengan beberapa tempat jual beli barang lain atau fasilitas-fasilitas umum akan menjadi nilai lebih bagi tempat usaha. Lokasi mempunyai kekuatan untuk mensukseskan strategi perusahaan.Oleh karena itu, penyedia jasa harus benar-benar mempertimbangkan, menyeleksi dan memilih lokasi yang responsif terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografis, budaya, persaingan, dan peraturan di masa mendatang.

Dari survei pendahuluan yang peneliti lakukan diketahui bahwa omzet penjualanUD.Usaha LubisPanyabungan Kota dari bulan Mei sampai dengan Desember 2016 cenderung mengalami penurunan dan kenaikan (fluktuasi), seperti pada Tabel 1.dibawah ini :

**Tabel 1.**

**Omzet Penjualan UD. Usaha Lubis Tahun 2016**

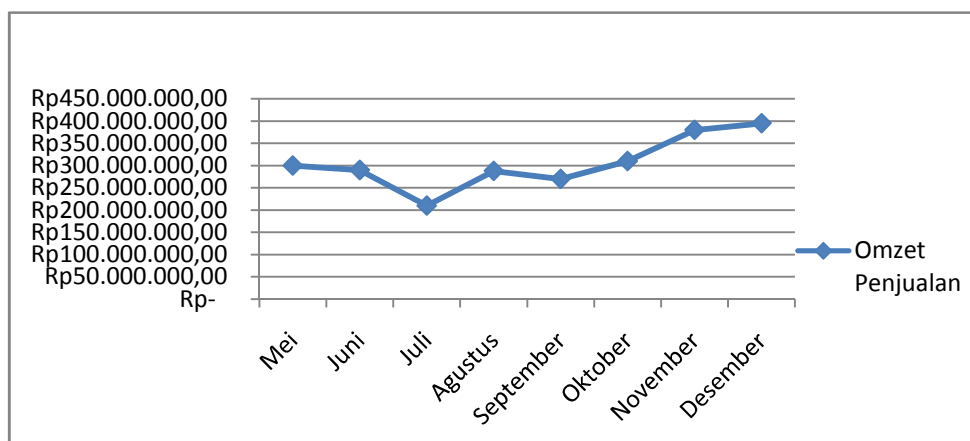
	<b>OMZET PENJUALAN PER BULAN (Rp)</b>	<b>PERSENTASE KENAIKAN/ PENURUNAN PENJUALAN</b>
Mei	300.000.000	-
Juni	290.000.000	-3,44
Juli	210.000.000	-38,09
Agustus	288.000.000	+27,08
September	270.000.000	-6,67
Oktober	310.000.000	+12,90
November	380.000.000	+18,42
Desember	395.000.000	+3,79

Sumber : UD. Usaha Lubis Panyabungan

Berdasarkan Tabel 1. di atas omzet penjualan UD. Usaha Lubis yang paling tinggi terjadi pada bulan Desember 2016 sebesar Rp. 395.000.000 dengan persentase kenaikan penjualan sebesar +3,79 persen. Omzet penjualan yang paling rendah terjadi pada bulan Juli 2016 sebesar 210.000.000 dengan persentase penurunan penjualan sebesar -38,09 persen. Untuk lebih jelas dapat dilihat perkembangan omzet penjualan UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota Periode Mei – Desember 2016 pada gambar berikut ini :

**Gambar 1.**

**Omzet Penjualan Penjualan UD. Usaha Lubis Tahun 2016**



Sumber : UD. Usaha Lubis Panyabungan

Dari Gambar 1. di atas, kita bisa melihat terjadinya fluktuasi omzet penjualan yang terjadi pada tiap periode tertentu, tetapi pada periode bulan Juli 2016 terjadi penurunan dari bulan Juni dan Mei. Peningkatan omzet penjualan terjadi pada periode bulan November dan bulan Desember 2016.

**Tabel 2.****Jumlah Pembeli UD. Usaha Lubis Tahun 2016**

<b>BULAN</b>	<b>JUMLAH PEMBELI</b>	<b>PERUBAHAN</b>	<b>PERSENTASE</b>
Mei	1860		
Juni	1800	-60	-3,33
Juli	1200	-600	-5
Agustus	1500	300	20
September	1700	200	11,76
Oktober	1893	193	10,19
November	1900	7	0,36
Desember	1910	10	0,52

Sumber : UD. Usaha Lubis Panyabungan

Berdasarkan Tabel 2. di atas menunjukkan jumlah pembeli UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota selama periode bulan Mei – Desember 2016 mengalami perubahan. Pada bulan Desember 2016 terjadi peningkatan pembeli yang cukup drastis yaitu menjadi 1.910 pembeli dibandingkan dengan bulan sebelumnya yaitu bulan November 2016 yang hanya memiliki 1.900 pembeli dengan perubahan sebanyak 7 pembeli dengan persentase sebesar 0,36 persen. Dibandingkan dengan bulan Mei sampai dengan Agustus jumlah pembeli terus mengalami penurunan. Kondisi omzet penjualan terendah terjadi pada bulan Juli 2016 yang hanya memiliki jumlah 1.200 pembeli dengan perubahan penurunan sampai 600 pembeli dari bulan sebelumnya dengan persentase sebesar -5 persen.

Panyabungan memiliki masyarakat yang banyak ragam kelas sosial, agama, latar belakang pendidikan, pekerjaan dan pendapatannya. Sehingga dalam menghadapi kondisi saat ini akan terdapat banyak sekali jawaban yang tentu saja berbeda antara satu dengan yang lainnya tergantung pada faktor kebutuhan. Manusia akan tetap berusaha membeli kebutuhan hidupnya walaupun dengan penurunan daya beli. Dalam proses penentuan dimanaseorang akan berbelanja akan terlihat bahwa faktor harga dan lokasi akan ikut menentukan. Keputusan berbelanja biasanya memerlukan pertimbangan yang benar-benar mendukung dan dapat menguntungkan pembeli seperti faktor lokasi dan harga. Para pembeli cenderung akan memilih berbelanja pada toko yang memiliki lokasi yang strategis. Tjiptono menjelaskan bahwa di dalam pemilihan lokasi diperlukan pertimbangan-pertimbangan yang cermat meliputi kemudahan akses atau kemudahan untuk dijangkau dengan sarana transportasi umum, usahayang baik yaitu keberadaan lokasinya yang dapat dilihat dengan jelas, lokasi berada pada lalu lintas (*Traffic*) atau berada pada daerah yang banyak orang berlalu lalang yang dapat memberikan peluang terjadinya transaksi penjualan.<sup>8</sup>

Berdasarkan penjelasan tersebut diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh HargadanLokasiTerhadap Keputusan Membeli Pada UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti mengidentifikasi beberapa masalah dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Hargayang ditawarkan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dan menyebabkan naik turunnya penjualan pada UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota.

---

<sup>8</sup>Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2004), hlm. 41.



2. Lokasi menjadi salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian.

### C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan terfokus pada permasalahan yang dikaji perlu dilakukan pembatasan masalah. Pembatasan masalah dalam penelitian meliputi pembatasan terhadap objek penelitian (yakni pembahasan dan variabel) dan subjek penelitian (tempat/studi kasus).<sup>9</sup> Penelitian ini hanya mengukur pengaruh harga ( $X_1$ ) dan lokasi ( $X_2$ ) terhadap keputusan membeli ( $Y$ ).

### D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefinisikan yang dapat diamati (diobservasi).<sup>10</sup>

**Tabel 3.**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1	Keputusan Membeli (Y)	Keputusan membeli merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan di beli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu di peroleh dari	1. Pengenalan kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Tingkah	Interval

<sup>9</sup>Hendri Tanjung dan Abrista Devi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam* (Jakarta : Gramata Publishing, 2013), hlm. 170.

<sup>10</sup>Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta : Rajawali Pers, 2012), hlm. 29.

		kegiatan-kegiatan sebelumnya.	laku setelah pembelian	
2	Harga ( $X_1$ )	Harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk.	1. Untuk memaksimalkan laba 2. Mutu produk 3. Karena pesaing	Interval
3	Lokasi ( $X_2$ )	lokasi adalah letak, tempat atau penempatan suatu benda, keadaan pada permukaan bumi.	1. Lingkungan Masyarakat 2. Kedekatan dengan Pasar 3. Fasilitas dan Biaya Transport	Interval

### E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dan batasan masalah, dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan membeli pada UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota

2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan membeli pada UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota
3. Apakah harga dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan membeli pada UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota

#### **F. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pokok permasalahan yang penulis rumuskan seperti di atas, maka ada beberapa tujuan penelitian, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan membeli pada UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan membeli pada UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan membeli pada UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota

#### **G. Kegunaan Penelitian**

##### **1. Bagi peneliti**

Sebagai proses pembelajaran dan pemahaman bagi peneliti dalam bidang manajemen. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai salah satu sumber bagi mahasiswa/i yang ingin melakukan penelitian selanjutnya dengan menggunakan atau menambah variabel - variabel yang lain untuk memperluas penelitian.

##### **2. Bagi Dunia Akademik**

Penelitian ini di harapkan memberikan sumber informasi bagi peneliti-peneliti yang akan datang serta dapat memberi kontribusi keilmuan. Menjadi sumber referensi bagi mahasiswa dan mahasiswi IAIN Padangsidimpuan, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnia Islam.

##### **3. Bagi Perusahaan**

Memberikan sumbangan berupa pemikiran untuk dapat memajukan dan mengembangkan perusahaan kedepannya.

#### **H. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan penelitian ini terdiri dari lima bab agar pembaca lebih mudah memahami isinya.

BAB I :Membahas dari bagian pendahuluan, Di dalamnya terdiri dari beberapa bagian yang meliputi latar belakang masalah, batasan masalah, defenisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II :Membahas landasan teori tentang kerangka teori serta merumuskan hipotesis sesuai dengan rumusan masalah.

BAB III :Membahas metodologi penelitian yang membahas tentang pendekatan dan metode penelitian, disinilah penjelasan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, lokasi penelitian, instrument pengumpulan data, uji validitas , reliabilitas dan analisis data.

BAB IV :Membahas hasil penelitian tentang uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, pengujian hipotesis berdasarkan rumus statistic yang digunakan serta pembahasan penelitian.

BAB V :Bab lima yaitu penutup merupakan bab dimana penulis akan membuat kesimpulan dan saran saran yang akan mendukung kesempurnaan skripsi ini.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 1. Kerangka Teori

##### 1.1 Keputusan Membeli

###### a. Pengertian Keputusan Membeli

Salah satu langkah terpenting dalam proses pengambilan keputusan adalah usaha pengumpulan informasi sebagai bahan masukan untuk pengambilan keputusan. Apabila informasi yang cukup rinci telah berhasil diperoleh maka proses pembuatan keputusan akan menjadi relatif lebih mudah.<sup>1</sup>

Pengertian keputusan pembelian, menurut Kotler dan Armstrong adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.<sup>2</sup>

###### b. Proses Pengambilan Keputusan

Tahap-tahap proses keputusan pembelian dapat digambarkan dalam sebuah model di bawah ini :<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup>Dadang Supriyatna dan Andi Sylvana, *Manajemen* (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2012), hlm. 150.

<sup>2</sup>Kotler dan Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2001), hlm. 226.

<sup>3</sup>Kotler, Philip & Susanto, AB, *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (Edisi Pertama) (Jakarta: Salemba Empat, 1999), hlm. 251.

**Gambar 2.**  
**Model Proses Pembelian Lima Tahap**



Sumber : Philip Kotler dan AB. Susanto, *Pemasaran di Indonesia*

Model ini mempunyai anggapan bahwa para konsumen melakukan lima tahap dalam melakukan pembelian. Kelima tahap di atas tidak selalu terjadi, khususnya dalam pembelian yang tidak memerlukan keterlibatan yang tinggi dalam pembelian (*low involvement buying*). Para konsumen dapat melewati beberapa tahap dan urutannya tidak sesuai.

Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat. Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu yaitu, (1) pengenalan kebutuhan, (2) pencarian informasi, (3) evaluasi alternatif, (4) keputusan membeli atau tidak, (5) perilaku pasca pembelian. Namun dalam pembelian yang lebih rutin, konsumen sering kali melompati atau membalik beberapa tahap ini.

Proses pengambilan keputusan melalui lima tahap yaitu:<sup>4</sup>

a. Pengenalan kebutuhan

---

<sup>4</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Indeks, 2005), hlm. 204.

Tahap ini konsumen mulai mengenali adanya kebutuhan atau masalah. Konsumen mulai merasakan adanya perbedaan antara harapan dengan kenyataan yang terjadi.

b. Pencarian informasi

Tahap kedua konsumen akan mulai mencari informasi untuk memenuhi kebutuhannya dan konsumen mencari informasi melalui berbagai sumber.

c. Evaluasi alternatif

Kemudian konsumen akan mengevaluasi berbagai pilihan yang dapat memenuhi kebutuhannya.

d. Keputusan membeli

Setelah melakukan evaluasi, konsumen akan menentukan keputusan untuk membeli atau tidak. Kemudian konsumen akan memilih produk yang paling sesuai dengan kebutuhannya.

e. Tingkah laku pasca pembelian

Tahap ini adalah tahap pengambilan tindakan puas atau tidak puasnya konsumen terhadap produk yang dibeli. Apabila merasakan kepuasan, maka konsumen akan loyalitas dan membeli kembali. Tetapi, apabila konsumen merasa tidak puas ada kemungkinan terjadi ketidaksesuain harapan dan kenyataan serta bisa jadi harga yang ditawarkan terlalu mahal.

Keputusan pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi dari pembeli. Sebagian besar adalah faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar, tetapi harus benar-benar diperhitungkan.

c. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan

1) Faktor-faktor Kebudayaan

a) Kebudayaan

Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Seorang anak yang sedang tumbuh mendapatkan nilai, persepsi dan perilaku melalui suatu proses sosialisasi yang melibatkan keluarga dan lembaga sosial lainnya. Negara yang satu dengan negara lainnya memiliki pengaruh kebudayaan yang berbeda-beda atas perilaku pembelian.

b) Subbudaya

Setiap kebudayaan terdiri dari subbudaya-subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Subbudaya dapat dibedakan menjadi empat jenis yaitu, kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan area geografis.



### c) Kelas Sosial

Pada dasarnya semua masyarakat memiliki strata sosial atau lebih sering disebut dengan kelas sosial. Kelas sosial tidak hanya mencerminkan penghasilan tetapi juga indikator lain seperti pekerjaan, pendidikan dan tempat tinggal. Kelas sosial berbeda dalam busana, cara berbicara, preferensi rekreasi, dan banyak ciri-ciri lainnya.<sup>5</sup>

## 2) Faktor-faktor Sosial

### a) Kelompok Acuan

Kelompok acuan seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Orang sangat dipengaruhi oleh kelompok acuan mereka, yaitu dalam tiga hal. Hal tersebut adalah perilaku gaya hidup baru, pilihan produk dan pilihan merek aktual seseorang.

### b) Keluarga

Dalam kehidupan pembeli dibedakan menjadi dua keluarga, yang pertama adalah keluarga orientasi. Keluarga orientasi merupakan orang tua seseorang. Dari orang tua seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik, ekonomi dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta. Kedua, keluarga prokreasi yaitu pasangan hidup anak-anak

---

<sup>5</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 369.

seseorang keluarga merupakan organisasi pembeli, konsumen yang paling penting dalam suatu masyarakat dan telah diteliti secara intensif.

c) Peran dan Status

Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya seperti pada keluarga, klub, organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status.

3) Faktor Pribadi

a) Umur dan Tahapan dalam Siklus Hidup

Selera terhadap makanan, pakaian, meubel dan rekreasi terkait dengan selera umur. Pembelian juga dipengaruhi oleh siklus hidup keluarga yaitu tingkatan yang dilewati oleh keluarga menjadi matang mulai dari anak-anak, orang dewasa, setengah umur lalu menjadi tua. Pemasar sering memilih kelompok berdasarkan siklus hidup sebagai pasar sasaran.

b) Pekerjaan

Pekerjaan seseorang juga mempengaruhi pola konsumsinya.<sup>6</sup>

c) Keadaan Ekonomi

Keadaan ekonomi terdiri dari penghasilan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, pola waktunya),

---

<sup>6</sup>*Ibid.*, hlm. 371.

tabungan dan hartanya, kemampuan untuk meminjam, dan sikap atas belanja dan menabung.

d) Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapatan seseorang. Gaya hidup menggambarkan seseorang secara keseluruhan yang berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang.

e) Kepribadian dan Konsep Diri

Setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda yang mempengaruhi perilaku pembelinya. Kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya. Konsep diri (citra pribadi) seseorang juga berkaitan dengan kepribadian. Pemasar harus bisa mengembangkan citra merek yang sesuai dengan citra pribadi pasar sasarannya.

4) Faktor-faktor Psikologi

a) Motivasi

Seseorang memiliki banyak kebutuhan pada waktu tertentu, beberapa kebutuhan bersifat *biogenis* (muncul dari tekanan biologis seperti, lapar, haus, tidak nyaman), dan

bersifat *psikogenis* (mereka muncul dari tekanan psikologis seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan atau rasa memiliki).

b) Persepsi

Persepsi adalah proses bagaimana seorang individu memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Kata kunci dalam definisi persepsi adalah individu. Setiap orang akan memandang situasi dengan cara yang berbeda, orang dapat memiliki persepsi atas objek yang sama.

c) Pembelajaran/Pengetahuan

Pembelajaran meliputi perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.

d) Keyakinan dan Sikap

Keyakinan adalah pemikiran deskriptif yang dianut seseorang tentang suatu hal. Keyakinan membentuk citra produk dan merek, dan orang akan bertindak berdasarkan citra tersebut. Sikap adalah evaluasi, perasaan emosional dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap beberapa objek atau gagasan. Orang memiliki sikap terhadap

hampir semua hal seperti agama, politik, pakaian, musik, makanan dan lain sebagainya.

## 1.2 Harga

### a. Pengertian Harga

Harga adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran/transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa. Penetapan harga memiliki implikasi penting terhadap strategi bersaing perusahaan. Tujuan yang ditetapkan harus konsisten dengan cara yang dipilih perusahaan dalam menempatkan posisi relatifnya dalam persaingan.<sup>7</sup> Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya berupa produk, distribusi, dan promosi membutuhkan pengeluaran dana.

Harga merupakan salah satu faktor penentu dalam keputusan pembelian. Untuk menetapkan tingkat harga tersebut biasanya dilakukan dengan mengadakan percobaan untuk menguji pasarnya apakah menerima atau menolak. Apabila konsumen menerima penawaran tersebut, berarti harga

---

<sup>7</sup>Agustina Shinta, *Op., Cit.* hlm. 102.

yang ditetapkan sudah layak. Tetapi jika merasa menolak, biasanya harga itu akan di ubah dengan cepat.<sup>8</sup>

Menetapkan harga sembarangan merupakan sesuatu hal yang mudah. Namun bagaimana menetapkan harga yang tepat? Tidak terlalu mudah dan tidak terlalu mahal di mata konsumen, masih memberikan keuntungan bagi perusahaan. Dan tidak menjadi kelemahan perusahaan di mata pesaing. Harga yang tinggi bisa saja masih terjangkau konsumen dan ini jelas memberikan keuntungan bagi perusahaan. Tetapi dalam persaingan, ini bisa menjadi kelemahan perusahaan kalau pesaing mampu membuat harga yang lebih rendah, terutama kalau pasar peka terhadap harga.

b. Strategi Penetapan Harga Produk

Besarnya harga yang harus dipasang tentu disesuaikan dengan tujuan penentuan harga. Ada tiga strategi dasar dalam penetapan harga produk yaitu :

- 1) *Skimming pricing*, yaitu harga awal produk yang ditetapkan setinggi-tingginya dengan tujuan bahwa produk atau jasa memiliki kualitas tinggi.
- 2) *Penetration pricing*, yaitu dengan menetapkan harga yang serendah mungkin dengan tujuan untuk menguasai pasar.

---

<sup>8</sup>Swastha dan Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPF, 2004), hlm. 112.

- 3) *Status quo pricing*, yaitu penetapan harga *status quo* adalah harga yang ditetapkan disesuaikan dengan harga pesaing.

Secara umum tujuan penentuan harga adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk bertahan hidup

Dalam hal ini harga yang ditawarkan lebih murah dengan maksud produk atau jasa yang ditawarkan laku di pasaran.

- 2) Untuk memaksimalkan laba

Tujuan harga ini dengan mengharapkan penjualan yang meningkat sehingga laba dapat ditingkatkan.

- 3) Untuk memperbesar *market share*

Penentuan harga ini dengan harga yang murah, sehingga diharapkan jumlah konsumen meningkat dan diharapkan pula konsumen pesaing beralih pada produk yang ditawarkan.

- 4) Mutu produk

Mutu produk bertujuan untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik.

- 5) Karena pesaing

Penentuan harga dengan melihat harga pesaing bertujuan agar harga yang ditawarkan jangan melebihi harga pesaing.

### 1.3 Lokasi

#### a. Pengertian Lokasi

Lokasi adalah faktor yang sangat penting dalam bauran eceran, pemilihan lokasi yang tepat dan strategis pada sebuah gerai atau toko akan lebih sukses dibandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis.<sup>9</sup>Pemilihan lokasi yang baik, merupakan keputusan yang sangat penting.Pertama, karena keputusan lokasi mempunyai dampak yang permanen dan jangka panjang, apakah lokasi tersebut telah dibeli atau hanya disewa. Kedua, lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan usaha di masa mendatang. Lokasi yang dipilih haruslah mampu mengalami pertumbuhan ekonomi sehingga usahanya dapat bertahan.Dan yang terakhir, apabila nilai lokasi memburuk akibat perubahan lingkungan yang dapat terjadi setiap waktu, mungkin saja usaha tersebut harus dipindahkan atau ditutup.

Lokasi adalah tempat berlangsungnya suatu usaha.Idealnya pemberi jasa memiliki lokasi yang baik sebagai tempat usahanya, tempat yang disukai baik oleh produsen maupun konsumen.Tiga kunci sukses bisnis adalah lokasi sehingga dapat dikatakan bahwa lokasi memegang peran kunci bagi eksistensi usaha jasa di masa datang.Lokasi suatu penyedia jasa juga menjadi faktor penting bagi konsumen.Salah satu alasan lokasi penyedia jasa menjadi penting

---

<sup>9</sup>Hendri Ma'ruf, *Pemasaran Ritel* (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006), hlm. 113.



bagi pelanggan adalah karena penyedia jasa tersebut dekat dengan tempat tinggal pelanggan atau dekat dengan tempat kerja pelanggan.

Secara ideal, penyedia jasa harus memilih tempat usahanya yang dekat dengan pasar sasaran, semata-mata agar bisa memberikan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen. Berada dekat dengan konsumen, membuat pengguna jasa dapat melakukan kontak langsung dengan pemberi jasa dan sebaliknya memungkinkan pemberi jasa untuk merespon dengan cepat perubahan-perubahan dalam permintaan baik dalam kuantitas maupun kualitas dan macam jasa.

Lokasi penjualan yang strategis merupakan salah satu pertimbangan ketika ingin mendirikan usaha. Dari segi lokasi ini, pembeli akan memilih lokasi yang benar-benar strategis dan tidak membutuhkan terlalu banyak waktu, tenaga dan biaya seperti mudah di jangkau, dekat dengan fasilitas-fasilitas umum atau mungkin dekat dengan jalan raya, sehingga lokasi ini dapat mendukung yang lain.<sup>10</sup>

Keputusan lokasi bisnis merupakan salah satu keputusan bisnis yang harus dibuat secara berhati-hati. Istilah lokasi mengacu pada komunitas lokal dimana bisnis berada. Meskipun kesuksesan

---

<sup>10</sup>Swastha dan Handoko, *Op. Cit*, hlm, 111.

tidak hanya tergantung pada lokasi bisnis, namun faktor lokasi akan mempengaruhi kesuksesan sebuah bisnis. Dalam konteks ini, kesuksesan bisnis dapat bermacam-macam tetapi pada umumnya terkait dengan ukuran obyektif. Dalam konteks ini, kesuksesan bisnis dapat bermacam-macam tetapi pada umumnya terkait dengan ukuran obyektif.

a. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan tempat/ lokasi perusahaan, yaitu:

1) Lingkungan masyarakat

Kesediaan masyarakat suatu daerah menerima segala konsekuensi baik konsekuensi positif maupun negatif terhadap didirikannya suatu perusahaan di daerah tersebut merupakan suatu syarat penting. Perusahaan perlu memperhatikan nilai-nilai lingkungan dan ekologi dimana perusahaan akan berlokasi.

2) Kedekatan dengan pasar

Dekat dengan pasar akan membuat perusahaan dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para konsumen dan sering mengurangi biaya distribusi.

3) Tenaga kerja

Dimanapun lokasi perusahaan, harus mempunyai tenaga kerja, karena itu cukup tersedianya tenaga kerja merupakan hal yang mendasar. Bagi banyak perusahaan

sekarang kebiasaan dan sikap calon pekerja suatu daerah lebih penting dari ketrampilan dan pendidikan karena jarang perusahaan yang dapat menemukan tenaga kerja baru yang telah siap pakai untuk pekerjaan yang sangat bervariasi dan tingkat spesialisasi yang sangat tinggi, sehingga perusahaan harus menyelenggarakan program pelatihan khusus bagi tenaga kerja baru.

#### 4) Kedekatan dengan bahan mentah dan supplier

Apabila bahan mentah berat dan susut cukup besar dalam proses produksi, maka perusahaan lebih baik berlokasi dekat dengan bahan mentah. Tetapi bila produk jadi lebih berat, besar dan bernilai rendah maka lokasi dipilih sebaliknya. Lebih dekat dengan bahan mentah dan supplier memungkinkan suatu perusahaan mendapat pelayanan supplier yang lebih baik.

#### 5) Fasilitas dan biaya transport

Tersedianya fasilitas transportasi yang baik lewat darat, udara, dan air akan memperlancar pengadaan faktor-faktor produksi dan penyaluran produk perusahaan. Pentingnya pertimbangan biaya transportasi tergantung sumbangannya terhadap total biaya. Lokasi dekat dengan pasar akan menurunkan biaya pengangkutan bahan mentah.

6) Sumber daya-sumber daya alam lainnya

Hampir setiap industri memerlukan tenaga yang dibangkitkan dari aliran listrik, diesel, air, angin, dan lain-lain. Oleh sebab itu perlu diperhatikan tersedianya sumber daya dengan murah dan mencukupi.

Dalam mendirikan perusahaan, pemilihan lokasi sangat dipertimbangkan. Karena pemilihan lokasi merupakan faktor bersaing yang penting dalam usaha menarik konsumen atau pelanggan. Pertimbangan-pertimbangan yang cermat dalam menentukan lokasi meliputi faktor-faktor<sup>11</sup> :

- 1) *Akses*, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
- 2) *Visibilitas*, misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
- 3) Lalu lintas (*traffic*) di mana ada 2 hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu:
  - a) Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberi peluang terjadinya impulse buying (Pembelian Implus).
  - b) Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa pula menjadi hambatan, misalnya terhadap pelayanan kepolisian, pemadam kebakaran, atau ambulan.
- 4) Tempat parkir yang luas dan aman.

---

<sup>11</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*(Yogyakarta. 2000) hlm. 41- 43.

- 5) Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.
- 6) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan. Misalnya warung makan yang berdekatan dengan daerah kost, asrama mahasiswa, atau perkantoran.
- 7) Persaingan yaitu lokasi pesaing. Misalnya dalam menentukan lokasi wartel perlu dipertimbangkan apakah di jalan atau daerah yang sama, banyak pula terdapat wartel lain atau tidak.
- 8) Peraturan pemerintah, misalnya ketentuan yang melarang tempat reparasi (bengkel) kendaraan bermotor berdekatan dengan pemukiman penduduk.

Dalam penyusunan penelitian ini, peneliti membutuhkan penelitian terdahulu sebagai bahan perbandingan untuk penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Tahun dan Jenis Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Nova Dhita Kurnia Sari	2013 Skripsi	Analisis pengaruh harga, kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada konsumen waroeng Steak & Shake Cabang Jl. Sriwijaya 11 Semarang)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolinieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan berdistribusi normal.
2	Ari wibowo	2014 Skripsi	Pengaruh kualitas layanan, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di "d'stupid baker" surabaya	Hasil pengujian secara parsial menunjukkan masing-masing variabel kualitas layanan, harga dan lokasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian di D'Stupid Baker Surabaya. Kondisi ini diindikasikan dengan perolehan tingkat signifikansi masing-masing variabel tersebut $\leq 5\%$ . Manajemen D'Stupid Baker Surabaya disarankan untuk mempertahankan strategi

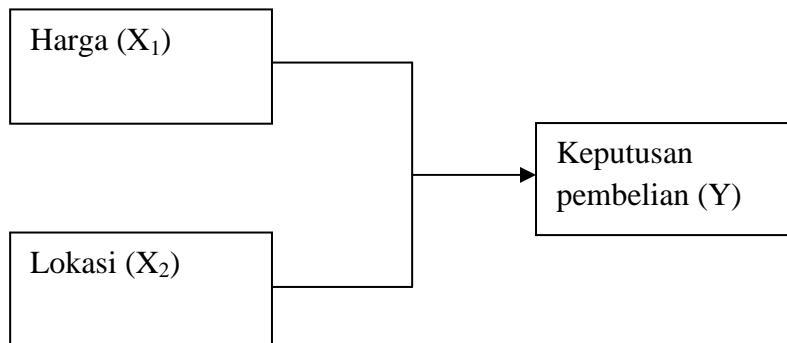
				kualitas layanan, harga dan lokasi yang sudah dinilai baik atau lebih ditingkatkan lagi agar ada rasa ingin membeli lagi bagi para pelanggannya.
3	FifyanitaG hanimata	2012 Skripsi	Analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian	Variabel lokasi memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian sebesar 0,329, kemudian diikuti oleh variabel kualitas produk sebesar 0,323. Sedangkan variabel harga mempunyai pengaruh paling rendah dibandingkan variabel lain sebesar 0,242. Pengujian hipotesis menggunakan uji t yang menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yaitu harga (X1), kualitas produk (X2), dan lokasi (X3) yang diteliti terbukti secara positif dan signifikan mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y). Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel harga, kualitas produk, dan lokasi memang layak untuk menguji variabel dependen keputusan pembelian. Angka <i>Adjusted R Square</i> menunjukkan bahwa 62,3% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam persamaan regresi berganda. Sedangkan sisanya sebesar 37,7% dijelaskan oleh variabel lain diluar ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

## **2. Kerangka Pikir**

Perkembangan pasar saat ini membawa perubahan perilaku membeli masyarakat dari pasar tradisional menuju pasar modern. Usaha dalam bahan-bahan bangunan yang berkembang saat ini memberikan banyak pilihan dan kemudahan berbelanja masyarakat. Semakin banyaknya toko-toko dalam bahan bangunan tentu akan menimbulkan persaingan antar pasar sejenis. Agar mampu menguasai pasar, berusaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Konsumen akan memilih toko bangunan yang mereka sukai dan menyediakan keinginan dan kebutuhan mereka. Dalam persaingan bisnis, toko bangunan harus berusaha mencapai tujuan perusahaan dan mampu mempertahankan konsumen sehingga menciptakan konsumen yang loyalitas.

Ada banyak faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli. Kerangka pikir penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:



**Gambar 3. Kerangka Pikir**

Berdasarkan kerangka pikir di atas, kelengkapan produk dan pelayanan dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

### 3.Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan (jawaban) sementara yang masih perlu diuji kebenarannya. Jawaban sementara yang dimaksud adalah jawaban sementara terhadap masalah yang telah dirumuskan. Hipotesis yang dirumuskan harus bisa menjawab masalah penelitian. Sehingga antara hipotesis dan rumusan masalah terlihat keterkaitan secara konsisten.<sup>12</sup>

Ho1: Tidak terdapat pengaruh harga terhadap keputusan membeli pada UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota.

Ha1: Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan membeli pada UD. Usaha Lubis Panyabungan kota.

---

<sup>12</sup>Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin, *Panduan Praktik Memahami Penelitian Bidang Sosial-Administrasi-Pendidikan* (Bandung: Pustaka Setia, 2011), hlm. 65

Ho2: Tidak terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan membeli pada UD.Usaha Lubis Panyabungan Kota.

Ha2: Terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan membeli pada UD.Usaha Lubis Panyabungan Kota.

Ho3: Tidak terdapat pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan membeli pada UD.usaha Lubis Panyabungan kota.

Ha3: Terdapat pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan membeli pada UD.Usaha Lubis Panyabungan Kota.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **1. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada UD. Usaha Lubis yang beralamat di Panyabungan Kota, Kab. Mandailing Natal. Penelitian ini akan dilakukan pada bulan Maret sampai dengan April Tahun 2018.

#### **2. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dari hasilnya.<sup>1</sup>

#### **3. Populasi dan Sampel**

##### **a. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>2</sup> Populasi yang dipakai dalam penelitian ini ialah pembeli pada UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota yang telah melakukan pembelian. Berdasarkan data jumlah pembeli pada periode bulan Mei – Desember 2017 berjumlah 9.953 orang pembeli.

---

<sup>1</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 27.

<sup>2</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi* (Bandung, CV. Alfabeta, 2013), hlm. 90.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampel yang baik itu adalah sampel yang mampu mencerminkan populasi. Penelitian ini menggunakan sampling insidental atau sampel random sederhana. Menurut Sugiyono dinyatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.<sup>3</sup>

*Samling insidental* adalah yaitu mengambil sampel secara kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila di pandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Diketahui jumlah populasi UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota sebanyak 9.953 orang pembeli. Pengukuran tingkat signifikansi yang digunakan 10 persen atau (0.1). Dalam pengambilan sampel ini Suharsimi Arikunto menjelaskan dalam isi bukunya, untuk pengukuran taraf signifikansi pengetesan artinya kesediaan yang berwujud besarnya probabilitas jika hasil penelitian terhadap sampel akan diterapkan pada populasi. Jadi penelitian ini mengambil taraf signifikansi sebesar 10% (0.1) untuk pengukuran sampel penelitian yang dilakukan.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup>Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 64.

<sup>4</sup>*Ibid.*, hlm. 68.

Adapun penentuan besar sampel menggunakan Formula

Slovin sebagai berikut:

$$S = \frac{N}{1 + N\alpha^2}$$

S : Sampel Penelitian

N : Populasi

1 : Ketentuan Formula Slovin

$N\alpha^2$  : Taraf Signifikansi

Jadi, pengambilan sampel dapat dilihat pada perhitungan sebagai berikut:

$$S = \frac{9.953}{1 + 9.953(0,1)^2}$$

$$S = \frac{9.953}{100,53}$$

$$S = 99,00527$$

Berdasarkan perhitungan di atas bahwa jumlah sampel sebanyak 99,00527 dibulatkan menjadi 99 responden dari 9.953 populasi. Sampel inilah yang akan diambil dari pembeli UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota. Sedangkan teknik pengambilan sampel peneliti menggunakan *sampling incidental* yaitu mengambil sampel secara kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila di pandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 122.

## 1. Sumber Data

Sumber data peneliti dapat diklasifikasikan menjadi sumber primer dan sumber sekunder. Dalam memperoleh data yang diperlukan dalam penyusunan penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut:

### a. Data primer

Data primer ialah data yang berasal dari sumber asli atau sumber pertama yang secara umum kita sebut sebagai sumber.<sup>6</sup> Penelitian dilakukan dengan cara memberikan kuesioner. Kuesioner merupakan mengumpulkan data dengan cara memberikan seperangkat pernyataan kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini yaitu dengan penyebaran kuesioner.

### b. Data Sekunder

Data sekunder ialah data yang sudah di proses oleh pihak tertentu sehingga data tersebut sudah tersedia saat kita memerlukan.<sup>7</sup> Penelitian ini termasuk penelitian melalui segala bahan tertulis (studi kepustakaan) dalam bentuk buku, *literature*, internet dan sumber tertulis lainnya yang relevan dengan judul penelitian serta dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

---

<sup>6</sup>Sarwono Jonathan, *Metode Riset Skripsi : pendekatan kuantitatif menggunakan prosedur spss*, (Jakarta: PT. ElexMedia Komputind, 2012), hlm. 37.

<sup>7</sup>*Ibid.*, hlm. 32.

## 2. Instrumen Pengumpulan Data

### a. Wawancara

Pengumpulan data melalui teknik wawancara digunakan untuk mengungkapkan masalah sikap dan persepsi seseorang secara langsung dengan sumber data.

### b. Kuesioner

Kuesioner atau yang juga dikenal sebagai angket merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam bentuk pengajuan pertanyaan tertulis melalui sebuah daftar pertanyaan yang sudah dipersiapkan sebelumnya, dan harus diisi oleh responden.<sup>8</sup> Metode yang di gunakan dalam penelitian ini dengan penyebaran 99 kuesioner kepada pembeli UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota dengan menggunakan kuesioner dengan skala likert.

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan.

---

<sup>8</sup>Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin, *Op. Cit.*, hlm. 95.

**Tabel 5.**  
**Penetapan Skor Alternatif atas Jawaban Angket**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Kategori Jawaban</b>	<b>Skor Pertanyaan</b>
A	Sangat setuju	5
B	Setuju	4
C	Kurang setuju	3
D	Tidak setuju	2
E	Sangat tidak setuju	1

### 3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen

#### a. Uji Validitas

Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Tujuan dilakukan uji validitas adalah untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Ada dua jenis validitas untuk instrumen penelitian, yaitu validitas logis (*logical validity*) dan validitas empiris (*empirical validity*). Validitas logis adalah validitas yang dinyatakan berdasarkan hasil penalaran. Sedangkan validitas empiris adalah validitas yang dinyatakan berdasarkan hasil pengalaman.<sup>9</sup> Uji validitas yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan *korelasi pearson product moment* dengan aplikasi SPSS versi 22.

---

<sup>9</sup>Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin, *Op. Cit.*, hlm. 104.



#### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Reliabel artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan.<sup>10</sup>

Pengukuran reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan alat analisis SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 21, yakni dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variable dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha*  $> 0.60$ .<sup>11</sup>

### 4. Analisis Data

#### a. Uji Asumsi Klasik

##### 1) Uji Normalitas

Pada dasarnya penarikan sampel penelitian telah melalui prosedur *sampling* yang tepat, namun tidak tertutup kemungkinan adanya penyimpangan. Oleh karena itu terhadap sampel yang diambil terlebih dahulu perlu dilakukan uji normalitas untuk mengetahui apakah sampel yang diambil

---

<sup>10</sup> Suharsimi Arikunto, *Op. Cit.*, hlm. 221.

<sup>11</sup> Dwi priyanto, *Mandiri belajar SPSS* (Jakarta:Mediakom, 2008), hlm. 26

berdasarkan dari populasi yang berdistribusi normal.<sup>12</sup>

Uji normalitas biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Uji ini dilakukan berdasarkan pada uji *Kolmogorov Smirnov* (KS) dengan nilai p 2 sisi (*two tailed*). Kriteria yang digunakan adalah apabila hasil perhitungan KS dengan 2 sisi lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal dengan perhitungan bantuan program SPSS versi 21.

## 2) Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan salah asumsi dalam penggunaan analisis regresi.<sup>13</sup> Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem Multikolinieritas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya Multikolinieritas di dalam model regresi digunakan matrik korelasi variabel-variabel bebas, dan melihat nilai tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan perhitungan bantuan program SPSS versi 21.

Pengujian ada tidaknya gejala multikolinieritas dilakukan dengan memperhatikan nilai matriks korelasi yang dihasilkan

---

<sup>12</sup>Sugiyono dan Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS dan LISREL Teori dan Aplikasi Untuk Analisis Data Penelitian* (Bandung : ALFABETA, 2015), hlm. 321.

<sup>13</sup>*Ibid.*, hlm. 331.

pada saat pengolahan data serta nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*-nya. Jika dari matrik korelasi antar variabel bebas ada korelasi cukup tinggi (umumnya di atas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya problem multikolinearitas, dan sebaliknya.

Pedoman yang digunakan untuk menentukan multikolinearitas antar variabel dengan melihat nilai korelasi antar variabel bebas. Jika koefisien korelasi antar variabel bebas  $> 0,80$  berarti multikolinearitas antar variabel besar. Sebaliknya jika koefisien korelasi antar variabel bebas  $\leq 0,80$  maka tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.<sup>14</sup>Jika nilai *Variance Inflation Factor* VIF  $< 5$  dan nilai *tolerance*  $> 0,1$ .<sup>15</sup>

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi diragukan. Heteroskedastisitas dapat diartikan sebagai ketidak samaan variasi variabel pada semua pengamatan, dan kesalahan yang terjadi memperlihatkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel bebas sehingga kesalahan tersebut tidak *random* (acak). Suatu regresi dikatakan

---

<sup>14</sup>Ibid., hlm. 332.

<sup>15</sup>Jonathan Sarwono, *Rumus- Rumus Populer dalam SPSS 22 untuk Tesis dan Skripsi* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2015), hlm. 140.

terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pancar *residua* membentuk pola tertentu.<sup>16</sup>

## 5. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi sebagai suatu teknik atau analisis statistika yang dimaksudkan untuk menjelaskan hubungan statistik antara dua variabel atau lebih. Dengan demikian analisis regresi digunakan untuk mengkaji hubungan ketergantungan antara variabel tak bebas (*dependent*) terhadap satu atau lebih variabel (*independent*). Analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel *independent* minimal 2 variabel. Persamaan Regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu Harga (X1) dan lokasi (X2) terhadap Keputusan membeli (Y). Persamaan regresi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$KM = \beta_0 + \beta_1 \text{Harga} + \beta_2 \text{Lokasi} + e$$

Keterangan :

KM= Keputusan membeli

Harga= Harga Barang

Lokasi= Lokasi Usaha

$\beta$ = Konstanta

$b_{1,2}$ = Koefisien untuk variabel harga dan lokasi

$e$ = Error

---

<sup>16</sup>Sugiyono, *Op.Cit.*, hlm. 154.

## 6. Pengujian Hipotesis

### a. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh masing-masing variabel harga dan lokasi dalam menerangkan variabel keputusan membeli secara parsial. Dalam hal ini, apakah masing-masing variabel harga dan lokasi berpengaruh terhadap variabel keputusan membeli.

Untuk mempermudah penelitian ini, data dianalisis menggunakan SPSS 21. Penelitian ini dilakukan dengan melihat langsung pada hasil perhitungan koefisien regresi melalui SPSS pada bagian *Unstandardized Coefficients* dengan membandingkan *Unstandardized Coefficients B* dengan *Standard error of estimate* sehingga akan didapatkan hasil yang dinamakan *t* hitung. Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut :

- 1) Apabila  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  dan tingkat signifikansi  $< \alpha (0,05)$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  dan tingkat signifikansi  $> \alpha (0,05)$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini berarti variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Uji Signifikansi Simultan ( Uji Statistik f )

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Menentukan F tabel dan F hitung dengan kepercayaan sebesar 95 persen atau taraf signifikan sebesar 5 persen (0,05). Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ .

Untuk mempermudah penelitian ini, data dianalisis menggunakan SPSS 21. Dalam penelitian ini menunjukkan apakah variabel independen yang terdiri dari variabel harga dan lokasi untuk menjelaskan variabel terikatnya, yaitu keputusan membeli. Adapun kriteria pengujian uji F adalah sebagai berikut :

- 1) Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_a$  diterima. Berarti masing-masing variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_a$  ditolak, Berarti masing-masing variabel independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

## 7. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk melihat sejauh mana besar keragaman yang dapat diterangkan oleh parameter bebas terhadap parameter tidak bebas. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Untuk mengetahui besarnya variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat dapat diketahui melalui nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *adjusted r square* ( $R^2$ ).  $R^2$  sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel *independent* terhadap variabel *dependent*, atau variasi variabel *independent* yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel *dependent*. Sebaliknya  $R^2$  sama dengan 1, maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel *independent* terhadap variabel *dependent* adalah sempurna, atau variasi variabel *independent* yang digunakan dalam model menjelaskan 100 persen variasi variabel *dependent*.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup>Dwi Priyatno, *Op., Cit.*, hlm. 79.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Perusahaan**

##### **1. Sejarah Berdirinya UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota**

UD.Usaha Lubis yang berlokasi di Panyabungan berdiri pada tahun 1996 didirikan oleh Bapak H.Muhammad Ali Lubis. Usaha ini menawarkan beberapa produk bahan bangunan yang dibutuhkan oleh masyarakat seperti, cat,semen,besi dan lain lain.Produk yang ada dalam UD,Usaha Lubis ini sangat berkualitas dan tidak mengecewakan pelanggan.Selain itu juga harga yang di tawarkan oleh UD.Usaha Lubis ini terjangkau oleh masyarakat. Usaha ini mendapat tanggapan positif dari masyarakat.

Kemudian UD.Usaha Lubis di lanjutkan oleh anak anak beliau yaitu H.Sofyan Sahuri Lubis, H.Khoiruddin Lubis, dan H.Awaluddin Lubis.UD.Usaha Lubis mengalami kemajuan cukup pesat, hal ini di tandai oleh banyaknya produk yang ditawarkan, harga terjangkau, dan di tambah jumlah pembeli yang banyak.

##### **2. Letak geografis**

Kabupaten Mandailing Natal terletak pada  $0^{\circ}10'-1^{\circ}50'$  Lintang Utaradan  $98^{\circ}10'-100^{\circ}10'$  Bujur Timurdengan rentang ketinggian 0-2.145 m di atas permukaan laut. Luas wilayah Kabupaten Mandailing Natal  $\pm 6.620,70$  km<sup>2</sup> atau 9,23 persen dari wilayah Sumatera Utara dengan batas-batas wilayah sebagai berikut:



Utara kabupaten tapanuli selatan, selatan kabupaten pasaman, barat samudra indonesia, timur kabupaten pasaman barat. Suhu udara berkisar antara 23°C-32°C dengan kelembaban antara 80-85%. Dasar hukumnya Undang-undang Nomor 12 tahun 1998 tanggal peresmian 9 maret 1999 kota panyabungan Bupati Dahlan Hasan Nasution luas Popusi 6.620,70km<sup>2</sup> total 430,894 jiwa 2015 kepadatan 65,08 Jiwa/km<sup>2</sup> demografi Agama Islam 96.79% Kristen Protestan 3.10% Katolik 0.11% Buddha 0.006

### **3. Visi dan Misi UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota**

#### a. Visi

Menjadi usaha dagang yang dapat memberikan manfaat pada masyarakat dan lingkungan.

#### b. Misi

- 1) Menjadi usaha dagang yang selalu up to date dalam memberikan kenyamanan dan keamanan bagi pembeli.
- 2) Mengedepankan kualitas produk produk yang ditawarkan.

### **4. Struktur Organisasi UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota**

Setiap perusahaan memiliki struktur untuk mengetahui seberapa banyak anggota dalam perusahaan tersebut di mana terlihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.1**  
**Struktur Organisasi**

No	Struktur organisasi	Jumlah
1	Pimpinan	1 orang
2	Sekretaris	1 orang
3	Anggota	5 orang
4	Jumlah	7 orang

### **5. Pembagian Tugas dan Tanggung jawab**

UD.Usaha Lubis mempunyai pembagian tugas dan tanggung jawab karyawan. Berikut adalah pembagian tugas dan tanggung jawab dari para karyawan yang ada pada UD.Usaha Lubis antara lain:

- a. Pimpinan bertanggung jawab dalam menyusun program kerja, mengkoordinasikan pelaksanaan tugas pekerjaan bawahan, dan membimbing bawahan dalam rangka pembinaan.
- b. Sekretaris bertanggung jawab atas pembukuan dan membantu pimpinan mengarahkan anggotanya.
- c. Anggota bertanggung jawab untuk melayani konsumen dengan sopan santun dan ramah tamah.

### **6. Jumlah Tenaga Kerja dan Jam Kerja**

UD.Usaha Lubis mempunyai anggota sebanyak 5 orang. Akan tetapi ketua dan sekretaris merangkap juga sebagai anggota yang ikut serta melayani pembeli. Dengan demikian jumlah karyawan di UD.Usaha Lubis sebanyak 7 orang. Para karyawan mulai bekerja pada pukul 08.00-17.00 Wib setiap hari senin-minggu.

## B. Hasil Analisis Data

### 1. Hasil Uji Validitas

#### a. Uji Validitas

Sebuah instrumen di katakan valid apabila mampu mengukur apa yang di inginkan. Tujuan di lakukan uji validitas adalah untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Validitas Harga (X1)**

Nomor Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,999	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan n= 99 pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh 0,202	Valid
2	0,999		Valid
3	0,998		Valid
4	0,998		Valid
5	0,998		Valid
6	0,998		Valid
7	0,997		Valid
8	0,998		Valid
9	0,997		Valid
10	1,000		Valid

Sumber Hasil SPSS output versi 23 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji validitas harga di atas dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan 1-10 adalah valid berdasarkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sebesar 0,202 di peroleh dari  $r_{tabel} = n-2$  dengan  $n=99$  adalah 0,202 dapat disimpulkan bahwa untuk keseluruhan item pertanyaan  $>$  dari  $r_{tabel}$  sehingga item pertanyaan disebut valid.

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Validitas Lokasi (X2)**

Nomor Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,999	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 99$ pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh 0,202	Valid
2	0,999		Valid
3	0,999		Valid
4	0,999		Valid
5	0,999		Valid
6	0,999		Valid
7	0,999		Valid
8	0,999		Valid
9	0,999		Valid
10	1,000		Valid

Sumber Hasil SPSS output versi 23 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji validitas harga di atas dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan 1-10 adalah valid berdasarkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sebesar 0,202 di peroleh dari  $r_{tabel} = n-2$  dengan  $n=99$  adalah 0,202 dapat disimpulkan bahwa untuk keseluruhan item pertanyaan  $>$  dari  $r$  tabel sehingga item pertanyaan disebut valid.

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Validitas Keputusan Pembeli (Y)**

Nomor Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	1,000	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 99$ pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh 0,202	Valid
2	1,000		Valid
3	1,000		Valid
4	0,999		Valid
5	1,000		Valid
6	1,000		Valid
7	1,000		Valid
8	1,000		Valid
9	0,999		Valid
10	1,000		Valid

Sumber Hasil SPSS output versi 23 (data diolah)

## 2. Uji Reliabilitas

Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* > 0,60 sehingga dapat dikatakan instrumen mempunyai reliabilitas. Nilai reliabilitas dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

**Tabel 4.5**  
**Uji Reliabilitas Harga**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.988	10

Sumber Hasil SPSS output versi 23 (data diolah)

Dari hasil tabel *reliability statistic* di atas *Cronbach's Alpha* > 0,60 yaitu  $0,988 > 0,60$ . Maka dapat disimpulkan bahwa item-item pernyataan pada variabel harga tersebut reliabel, artinya lebih besar dari 0,60.

**Tabel 4.6**  
**Uji Reliabilitas Lokasi**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.996	10

Sumber Hasil SPSS output versi 23 (data diolah)

Berdasarkan hasil tabel *reliability statistic* di atas *Cronbach's Alpha* > 0,60 yaitu  $0,996 > 0,60$ . Maka dapat disimpulkan bahwa item-item pernyataan pada variabel keputusan pembelian tersebut reliabel, artinya lebih besar dari 0,60.

### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas biasanya di gunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, atau pun rasio. Uji ini dilakukan berdasarkan pada uji Kolmogorov Smirnov (KS) dengan nilai p 2 sisi (two tailed). Kriteria yang digunakan adalah apabila hasil perhitungan KS dengan 2 sisi lebih besar dari 0,05.

**Tabel 4.7**  
**Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		harga_X1	lokasi_X2	keputusan_membeli_Y
N		10	10	10
Normal	Mean	254.30	333.70	271.00
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	130.460	186.559	153.214
Most Extreme	Absolute	.165	.165	.214
Differences	Positive	.141	.165	.214
	Negative	-.165	-.158	-.162
Test Statistic		.165	.165	.214
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>	.200 <sup>c,d</sup>	.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

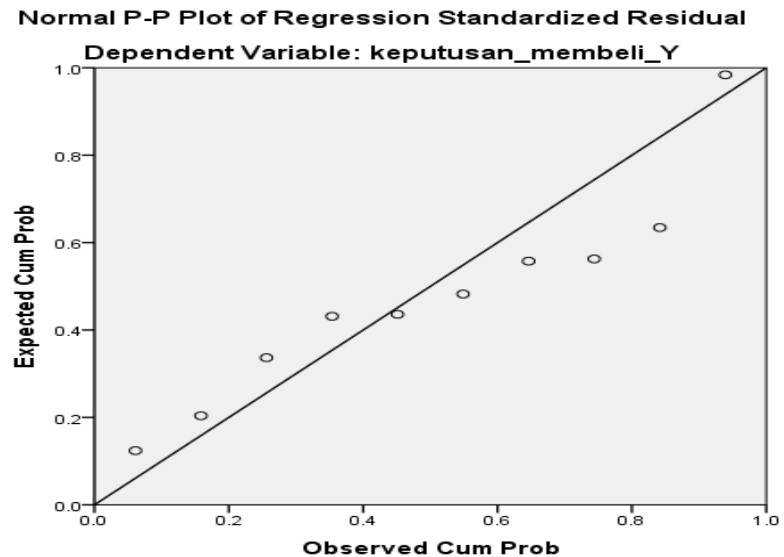
Sumber Hasil SPSS output versi 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat nilai *Asymp.Sig (2 –tailed)*

adalah 0.200 dan lebih besar dari nilai signifikansi 0,05 ( $0,200 > 0,05$ ).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dengan menggunakan uji *komologrov smirnov*. Selain itu data yang baik juga dapat dilihat melalui gambar. Data yang memiliki gambar dengan pola titik mengikuti garis diagonal dapat dikatakan normal. Seperti yang terlihat pada gambar di bawah ini.

Gambar 4.1



Sumber hasil output SPSS versi 23(data diolah)

#### 4. Uji Asumsi Klasik

##### a. Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah adanya hubungan linear yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabelpenjelasan (variabel bebas) dari model regresi berganda. Peneliti akan mengujinya melalui SPSS 23. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinieritas adalah;“jika nilai *variance inflation factor* VIF > 10 dan nilai *tolerance* > 0,1. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel berikut ini

**Tabel4.8**  
**Uji Multikolonieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	165.704	128.158		1.293	.237		
harga_X1	.633	.376	.539	1.684	.136	.977	1.023
lokasi_X2	.167	.263	.203	.635	.546	.977	1.023

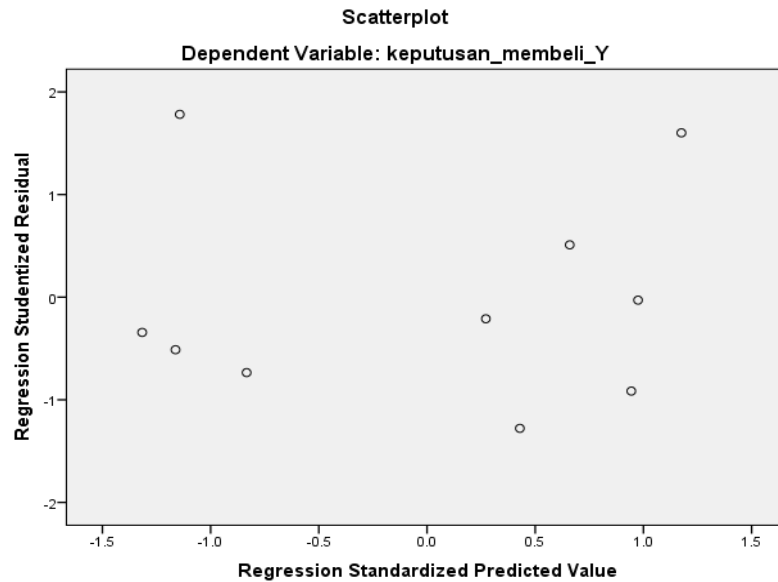
a. Dependent Variable: keputusan\_membeli\_Y  
 Sumber Hasil SPSS output versi 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai VIF dari variabel harga adalah  $1,023 < 10$ , variabel lokasi adalah  $1,023 < 10$ . Sehingga dapat disimpulkan nilai VIF dari kedua variabel di atas lebih kecil dari 10 ( $VIF < 10$ ).

Sementara itu nilai *Tolerance* dari variabel harga adalah  $0,977 > 0,1$ , variabel lokasi adalah  $0,977 > 0,1$ . Jadi dapat disimpulkan nilai *Tolerance* dari kedua variabel di atas lebih besar dari 0,1 (*tolerance*  $> 0,1$ ). Berdasarkan penilaian dari tabel di atas maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.



**Gambar 4.2**  
**Uji Heteroskedastisitas**



Sumber Hasil output SPSS versi 23 (data diolah)

Berdasarkan output diagram diatas pencar residual tidak membentuk suatu pola tertentu. Kesimpulannya, regresi terbebas dari kasus heteroskedastisitas dan memenuhi persyaratan asumsi klasik tentang heteroskedastisitas.

#### **b. Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah dalam persamaan regresi terdapat kondisi serial atau tidak antara variable pengganggu dengan ketentuan nilai DW lebih besar dari -2 dan lebih kecil +2.

**Tabel4.9**  
**Uji Autokorelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.547 <sup>a</sup>	.299	.799	145.462	2.368

a. Predictors: (Constant), lokasi\_X2, harga\_X1

b. Dependent Variable: keputusan\_membeli\_Y

Sumber Hasil SPSS output versi 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan tidak terjadi autokorelasi. Nilai Durbin-Watson sebesar 2,368, Nilai Durbin-Watson lebih besar dari -2 dan lebih kecil dari +2. Hal ini dapat dilihat dari ketentuan nilai DW yaitu sebesar  $-2 < 2,368 < +2$ .

## 5. Uji Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah sebagai suatu teknik atau analisis statistika yang dimaksudkan untuk menjelaskan hubungan statistik antara dua variabel atau lebih. Dengan demikian analisis regresi digunakan untuk mengkaji hubungan ketergantungan antara variabel tak bebas (dependen) terhadap satu atau lebih variabel (independen). Regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independen minimal 2 variabel.

Regresi linier berganda adalah terdapat satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen, dalam praktek bisnis, regresi linier berganda lebih banyak digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara X1, X2 terhadap Y.

Berikut hasil dari output SPSS versi 23

**Tabel 4.10**  
**Regresi Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	165.704	128.158		1.293	.237		
harga_X1	.633	.376	.539	1.684	.136	.977	1.023
lokasi_X2	.167	.263	.203	.635	.546	.977	1.023

a. Dependent Variable: keputusan\_membeli\_Y  
 Sumber Hasil SPSS output versi 23 (data diolah)

Persamaan regresi sebagai berikut :

$$KM = \beta_0 + \beta_1 \text{Harga} + \text{Lokasi} + e$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta = 165,704, Hal ini berarti bahwa jika variabel X<sub>1</sub> (harga) dan X<sub>2</sub> (lokasi) bernilai 0, maka keputusan membeli sebesar 165,704..
- B<sub>1</sub> = 0,633 nilai koefisien B<sub>1</sub> ini menunjukkan bahwa setiap variabel harga meningkat 1 persen, maka keputusan membeli akan meningkat sebesar 0,633 persen, dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain dianggap tetap.
- B<sub>2</sub> = 0,67 nilai koefisien B<sub>2</sub> ini menunjukkan bahwa setiap variabel lokasi meningkat 1 persen, maka keputusan membeli akan meningkat sebesar 0,67 persen, dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain dianggap tetap.

## 6. Uji Determinasi ( $R^2$ )

Uji determinasi digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Koefisien determinasi yaitu untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Berikut hasil dari output SPSS versi 23

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.547 <sup>a</sup>	.299	.799	145.462	2.368

a. Predictors: (Constant), lokasi\_X2, harga\_X1

b. Dependent Variable: keputusan\_membeli\_Y  
Sumber Hasil SPSS output versi 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.11 diatas diperoleh angka  $R^2$  (*Adjusted R Square*) sebesar 0,799 atau 79,9 persen. Hal ini menunjukkan bahwa Adjusted  $R^2$  0,799 berarti 79,9 persen kepuasan pembelian dijelaskan oleh kedua variabel independen (harga dan lokasi) dan sisanya 20,1 berarti 20,1 persen dijelaskan oleh variabel lain, yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

## 7. Uji Hipotesis

### a. Uji Parsial (t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial atau masing-masing variabel independen. Pengambilan keputusan berdasarkan taraf signifikansi

yaitu: jika signifikan  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jika signifikan  $>0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	165.704	128.158		1.293	.237		
harga_X1	.633	.376	.539	1.684	.136	.977	1.023
lokasi_X2	.167	.263	.203	.635	.546	.977	1.023

a. Dependent Variable: keputusan\_membeli\_Y  
Sumber Hasil SPSS output versi 23 (data diolah)

Berdasarkan hasil perhitungan nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel harga sebesar 1,684  $t_{tabel}$  diperoleh sebesar 2,002 diperoleh dari tabel t dengan (df)  $n-k-1$  dimana  $n$ = jumlah sampel dan  $k$ = jumlah variabel independen, jadi  $df= 96$  maka  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $1,684 < 2,002$  artinya maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima yang artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh harga terhadap keputusan membeli. Sedangkan untuk variabel lokasi  $t_{hitung}$  0,635 dan untuk  $t_{tabel}$  sebesar 2,002 hal ini berarti nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $(0,635 < 2,002)$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima yang artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan membeli.

### b. Uji Simultan (F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui variabel independen secara simultan berpengaruh nyata atau tidak terhadap dependen. Adapun kriteria pengambilan keputusan yaitu:

- 1) Apabila nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, nilai signifikan  $> 0,05$ .
- 2) Apabila nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  sig F maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, dengan nilai signifikan  $> 0,05$ .

Berikut hasil uji F dari output SPSS versi 23

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	63155.396	2	31577.698	12.492	.289 <sup>b</sup>
	Residual	148114.604	7	21159.229		
	Total	211270.000	9			

a. Dependent Variable: keputusan\_membeli\_Y

b. Predictors: (Constant), lokasi\_X2, harga\_X1

Berdasarkan tabel 4.13 di atas maka dapat dilihat bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 12,492 dan  $f_{tabel}$  sebesar 2,29 maka  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dapat disimpulkan sehingga  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima dengan nilai signifikan  $.0,289 < 0,05$ . Maka secara simultan bahwa harga dan lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan membeli.

### C. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan peneliti dengan judul “Pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan membeli pada UD.Usaha Lubis Panyabungan kota” dengan jumlah responden sebanyak 99 orang, berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan untuk variabel (X<sub>1</sub>) harga terdapat 10 pertanyaan dan semuanya dinyatakan valid, sedangkan untuk variabel lokasi (X<sub>2</sub>) terdapat 10 pertanyaan dan semuanya dinyatakan valid, sedangkan untuk variabel (Y) atau keputusan membeli dinyatakan valid. Hasil uji reliabilitas yang dilakukan peneliti untuk variabel (X<sub>1</sub>) harga nilai Cronbach’s Alpha >0,60 yaitu 0,988 > 0,60 yang berarti dinyatakan sangat reliabel. Sedangkan untuk variabel lokasi (X<sub>2</sub>) dapat dinyatakan reliabel. Dan untuk variabel keputusan membeli (Y) dapat disimpulkan nilai Cronbach’s Alpha >0,60 yaitu 0,996 > 0,60 yang berarti dinyatakan sangat reliabel.

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,799 atau 79,9 persen artinya membeli adalah sebesar 79,9 persen. Sedangkan sisanya sebesar 20,1 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini. Sedangkan dari hasil regresi linier berganda yang diperoleh peneliti yaitu  $Y = 165,704 + 0,633X_1 + 0,167X_2$  (keputusan membeli) maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Sehingga ada hubungan positif antara pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan membeli. Berdasarkan hasil Uji t yang dilakukan peneliti variabel (X<sub>1</sub>) harga  $t_{hitung} 1,684$  dan  $t_{tabel} 2,002$  ( $1,684 > 2,002$ ) maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak artinya harga dan lokasi

berpengaruh terhadap keputusan membeli dan variabel ( $X_2$ ) lokasi  $t_{hitung}$  sebesar 0,635 dan  $t_{tabel}$  sebesar 2,002 ( $0,635 > 2,002$ ) maka  $h_a$  diterima dan  $h_0$  ditolak artinya lokasi berpengaruh terhadap keputusan membeli. Berdasarkan Uji f yang dilakukan peneliti  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $12,492 > 2,29$  maka ada pengaruh yang signifikan antara variabel sehingga hipotesis diterima dapat dinyatakan ada pengaruh yang signifikan antara pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan membeli pada UD.Usaha Lubis Panyabungan Kota.

Penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya yaitu Nhova Dhita Kurnia Sari, dengan judul analisis pengaruh harga, kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada konsumen waroeng Steak dan Shake Cabang Jl. Sriwijaya II Semarang). Dengan hasil penelitian bahwa: hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya yaitu Ari Wibowo,<sup>1</sup> dengan judul pengaruh kualitas layanan, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di D' Stupid Baker Surabaya, dengan hasil penelitian bahwa: Hasil pengujian secara parsial menunjukkan masing masing variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian di D' Stupid Baker Surabaya.

---

<sup>1</sup> Ari wibowo, Skripsi *Pengaruh kualitas layanan, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di "d'stupid baker" surabaya*, 2014.



#### **D .Keterbatasan Penulisan**

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin.Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit, sebab dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan. Diantara keterbatasan yang dihadapi penulis selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini yaitu:

- 1.Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti yang masih kurang.
- 2.Keterbatasan waktu, tenaga, serta dana penulis yang tidak mencukupi untuk penelitian lebih lanjut.
- 3.Dalam menyebarkan angket, penulis tidak mengetahui kejujuran para responden dan menjawab pertanyaan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas data yang di peroleh.
- 4.Keterbatasan kemampuan dalam menganalisis data yang sudah di peroleh.

Walaupun demikian, penulis berusaha sekuat tenaga agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna maupun hasil dari penelitian ini.Akhirnya dengan segala upaya, kerja keras, dan bantuan semua pihak ini dapat diselesaikan.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pada analisis data dan pembahasan mengenai Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Membeli Pada UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota dengan metode analisis yang digunakan yaitu regresi linier berganda, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji parsial (uji t) pada variable atribut harga (X1) dengan taraf signifikan 5 persen diperoleh  $t_{hitung} 1,684$   $t_{tabel} 2,002$  ( $1,684 < 2,002$ ) maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima artinya harga tidak berpengaruh terhadap keputusan membeli pada UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota.
2. Berdasarkan uji parsial (uji t) pada variabel atribut lokasi (X2) dengan taraf signifikan 5 persen diperoleh  $t_{hitung} 0,635$   $t_{tabel} 2,002$  ( $0,635 < 2,002$ ) maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima artinya lokasi berpengaruh terhadap keputusan membeli pada UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota.
3. Berdasarkan uji parsial (uji t) pada variable atribut keputusan membeli (Y) dengan taraf signifikan 5 persen diperoleh  $Y = 165,704 + 0,633 + 0,67$  (keputusan membeli) maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima. Sehingga ada tidak hubungan positif antara harga dan lokasi terhadap keputusan membeli pada UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota.

penelitian yang dilakukan peneliti dengan judul “pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan membeli pada UD.Usaha Lubis Panyabungan Kota” dapat disimpulkan bahwa jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 99 orang. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,799 (79,9persen) artinya persentase sumbangan pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan membeli pada UD.UsahaLubis Panyabungan kota adalah sebesar 79,9 persen. Sedangkan sisanya sebesar 20.1 persen dipengaruhi oleh variable lain yang tidak masuk dalam penelitian ini. Sedangkan dari hasil regresi linier berganda yang diperoleh peneliti yaitu  $Y=165,704 +0,633 +0,67$  (keputusan membeli) maka  $H_a$ ditolak dan  $H_0$  diterima. Sehingga tidak ada hubungan positif antara harga dan lokasi terhadap keputusan membeli pada UD.Usaha Lubis Panyabungan Kota.Berdasarkan uji t yang dilakukan peneliti variabel ( $X_1$ ) harga  $t_{hitung}1,684$  dan  $t_{tabel} 2,002$  ( $1,684,<2,002$ ) maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima artinya harga berpengaruh terhadap keputusan membeli. Dan variabel ( $X_2$ ) lokasi  $t_{hitung}$  sebesar 0,635 dan  $t_{tabel}$  sebesar 2,002 ( $0,635< 2,002$ ) maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima artinya lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan membeli.Berdasarkan uji f yang dilakukan peneliti  $F_{hitung}<F_{tabel}$  atau  $12,492 <2,29$ maka tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel sehingga hipotesis ditolak dapat dinyatakan tidak ada pengaruh yang signifikan antara pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan membeli pada UD.Usaha Lubis Panyabungan Kota.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti dengan judul “pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan membeli pada UD.Usaha Lubis Panyabungan Kota”ada beberapa saran yaitu sebagai berikut:

1. Bagi konsumen agar lebih memperhatikan faktor yang lain yang dapat mempengaruhi keputusan membeli bahan bangunan termasuk harga dan lokasi di UD.Usaha Lubis Panyabungan Kota.
2. Bagi akademik, diharapkan penelitian ini dilanjutkan oleh peneliti lain dengan subjek yang berbeda tentunya yang terkait dengan tema skripsi ini. Sehingga dapat memperkaya khazanah kajian tentang pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan membeli pada UD.Usaha Lubis Panyabungan Kota.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, Malang, Universitas Brawijaya Press, 2011.
- Azhari Akmal Tarigan, *Tafsir Ayat-ayat Ekonomi Al-Qur'an*, Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2012.
- Bey Arifin dan A. Syinqithy Djamaluddin, *Terjemah Sunan Abu Dawud Jilid IV*, Diterjemahkan dari “*Mukhtashar Sunan Abu Dawud Jilid Juz V-VI*” oleh Hafidz Al- Mundzir, Semarang: CV. Asy Syifa', 1993.
- Dadang Supriyatna dan Andi Sylvana, *Manajemen*, Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2012.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Bekasi: PT. Dua Sukses Mandiri, 2012).
- Dwi priyanto, *Mandiri belajar SPSS*, Jakarta:Mediakom, 2008.
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta. 2000.
- Hendri Ma'ruf, *Pemasaran Ritel*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Hendri Tanjung dan Abrista Devi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta : Gramata Publishing, 2013.
- Jonathan Sarwono, *Rumus- Rumus Populer dalam SPSS 22 untuk Tesis dan Skripsi*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2015.
- Kadek Ria Mariska Antari, dkk, “Pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan berbelanja pada mini market sastra mas tabanan” dalam *jurnal Ekonomi Manajemen*, Volume 4, No. 1, Tahun 2014.
- Kotler & Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2001.
- Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin, *Panduan Praktik Memahami Penelitian Bidang Sosial-Administrasi-Pendidikan*, Bandung: Pustaka Setia, 2011.
- Manulang, *Manajemen Personalialia*, Medan, Ghalia Indonesia, 1991.
- Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009.
- Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah & Kewirausahaan*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.

- Nasution, Mustafa Edwin, dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Indeks, 2005.
- Philip Kotler & Susanto, AB, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, 1999.
- Sarwono Jonathan, *Metode Riset Skripsi : pendekatan kuantitatif menggunakan prosedur spss*, Jakarta: PT. Elex Media Komputind, 2012.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung, CV. Alfabeta, 2013.
- \_\_\_\_\_, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2007.
- \_\_\_\_\_, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sugiyono & Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS dan LISREL Teori dan Aplikasi Untuk Analisis Data Penelitian*, Bandung : ALFABETA, 2015.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, Jakarta : Rajawali Pers, 2012.
- Swastha dan Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPFE, 2004.
- Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : Andi Offset, 2004.

**CURUCULUM VITAE  
(Daftar Riwayat Hidup)**

**DATA PRIBADI**

Nama : SARIFUDDIN LUBIS  
Nim : 122300163  
Tempat/tanggal lahir : Simongi, 27 September 1993  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Anak Ke : 1 dari 5 bersaudara  
Alamat : Desa Pasir tuntung, Kecamatan Kotapinang, Kabupaten  
Labusel, Provinsi Sumatera Utara  
Agama : Islam  
Telepon/No. HP : 082369841545

**DATA ORANG TUA/WALI**

Nama Ayah : Abdul Halim Lubis  
Pekerjaan : Petani  
Nama Ibu : Patimah harahap  
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga  
Alamat : Desa Pasir tuntung, Kecamatan Kotapinang, Kabupaten  
Labusel, Provinsi Sumatera Utara

**LATAR BELAKANG PENDIDIKAN**

Tahun 1999-2005 : SD Negeri Kota Pinang  
Tahun 2005-2008 : MTS Raudhatul Islamiyah Simatahari  
Tahun 2008-2011 : MAS Raudhatul Islamiyah Simatahari  
Tahun 2012 : Masuk IAIN Padangsidimpuan

**PRESTASI AKADEMIK**

IPK : 2,75  
Karya Tulis Ilmiah : Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan  
Membeli Pada UD.Usaha Lubis Panyabungan Kota



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : B-21/In. 14/G.6a/PP.009/10/2016 Padangsidimpuan, 21 Oktober 2016

Lamp :-

Perihal : **Permohonan Kesediaan Menjadi Pembimbing**

Kepada Yth,

Bapak/ Ibu :

1. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
2. Nurul Izzah Lubis, M.Si

Assalamu 'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak/ Ibu bahwa berdasarkan hasil sidang Tim Pengkajian Kelayakan Judul Skripsi, telah ditetapkan judul Skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini sebagai berikut :

Nama : SARIFUDDIN LUBIS  
NIM :12 230 0163  
Jurusan :Ekonomi Syariah  
Fakultas :Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi :**Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Membeli Pada UD.Usaha Lubis Panyabungan Kota**

Berdasarkan hasil sidang Tim Pengkajian Kelayakan Judul Skripsi, judul tersebut dapat diterima sebagai judul skripsi, untuk diharapkan kepada Bapak/ Ibu membimbing mahasiswa tersebut dalam penulisan proposal dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas kesediaan dan kerjasama yang baik dari Bapak/ Ibu, kami ucapkan terimakasih.


Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

Mengetahui:

Dekan,

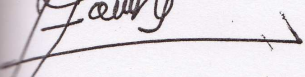
  
H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag  
NIP. 19731128 200112 1 001

Wakil Dekan Bidang Akademik


  
Dr. Darwis Harahap, S.Pd., M.Si  
NIP. 19780818 2000901 1 015

**PERNYATAAN KESEDIAAN SEBAGAI PEMBIMBING**

BERSEDIA/TIDAK BERSEDIA  
PEMBIMBING I

  
H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag  
NIP.19731128 200112 1 001

BERSEDIA/TIDAK BERSEDIA  
PEMBIMBING II

  
Nurul Izzah Lubis, M.Si





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan T.Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : B-1698/In.14/G/TL.00/11/2017  
Temp. : -  
Tgl : Mohon Izin Riset

13 Nopember 2017

Pimpinan UD. Usaha Lubis  
Panyabungan Kota

Madina

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan menerangkan bahwa:

Nama : Sarifuddin Lubis  
NIM : 122300163  
Semester : XI (Sebelas)  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan

adalah benar Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Membeli pada UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota".

Sehubungan dengan itu, dimohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.

Assalamu'alaikum Wr.Wb.



Dekan,  
A. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag  
19731128 200112 1 001

# UD. USAHA LUBIS

Jl. Williem Iskandar, Panyabungan Kota, Panyabungan, Madina

Panyabungan, 01 November 2017

Nomor : /11/2017  
Lamp :-  
Perihal : Izin riset

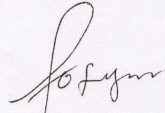
Kepada yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan  
Di  
Padangsidempuan

Dengan Hormat

Menindaklanjuti surat saudara Nomor: B-1698/In.14/g/TL.00/11/2017 pada tanggal 14 November 2017, perihal penerimaan mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan untuk melakukan riset, bersama ini disampaikan bahwa kami bersedia menerima Sarifuddin Lubis untuk melaksanakan Riset di UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota.

Demikian isi surat ini atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

A.n. Pimpinan UD. Usaha Lubis  
Panyabungan Kota



H. Sofyan Sahuri Lubis

# UD. USAHA LUBIS

Jl. Williem Iskandar, Panyabungan Kota, Panyabungan, Madina

Panyabungan, 29 November 2017

Nomor : /11/2017  
Lamp : -  
Perihal : Izin riset

Kepada yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan  
Di  
Padangsidimpuan

Dengan Hormat

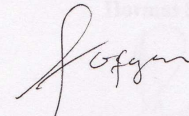
Sehubungan dengan surat saudara Nomor: B-1698/In.14/g/TL.00/11/2017 pada tanggal 14 November 2017, perihal Mohon Izin Riset. Dengan ini kami menerangkan bahwa:

Nama : SARIFUDDIN LUBIS  
Nim : 12 230 0163  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Nama tersebut diatas benar telah menyelesaikan penelitian (Riset) dengan judul: **"Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Membeli pada UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota"**

Demikian Kami sampaikan, surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan seperlunya.

A.n. Pimpinan UD. Usaha Lubis  
Panyabungan Kota



H. Sofyan Sahuri Lubis

**KUESIONER PENELITIAN**

**“Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Membeli di UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota”**

Yth. Bapak/Ibu

Pelanggan UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota

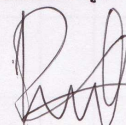
Dengan hormat,

Saya mahasiswa Program Sarjana Strata Satu Ekonomi Islam Konsentrasi Manajemen Bisnis Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan sedang menyusun tugas penelitian skripsi dengan judul tersebut diatas.

Berkenaan dengan hal itu, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk bersedia mengisi kuisisioner yang telah tersedia. Dalam pengisian kuisisioner ini tidak ada penilaian benar atau salah. Bapak/Ibu/Saudara/i di persilahkan bebas menjawab sesuai dengan kenyataan yang Bapak/Ibu/Saudara/i ketahui. Jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan tidak ada risiko apapun terhadap kepentingan Bapak/Ibu/Saudara/i. Data yang di dapatkan dari penelitian ini hanya dipergunakan untuk penelitian penulis semata.

Atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi kuisisioner ini, terlebih dahulu saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya



Sarifuddin Lubis

## IDENTITAS RESPONDEN

Kami memohon kesediaan bapak/ibu untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut ini, dengan mengisi titik-titik dan memberi tanda centang (✓) pada kotak yang tersedia.

Nama :

Jenis Kelamin :

Alamat :

Pekerjaan/Jabatan :

Tidak Setuju (TS)	Kurang Setuju (KS)	Cukup Setuju (CS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
1	2	3	4	5

### KEPUTUSAN MEMBELI (Y)

No	Pernyataan	TS	KS	CS	S	SS
1	Sebelum berbelanja saya mencatat apa saja yang harus saya beli					
2	Saya membeli bahan bangunan yang sesuai kebutuhan					
3	Saya mencari tahu terlebih dahulu tentang bahan bangunan yang akan saya beli					
4	Ketika bahan bangunan yang akan saya beli tidak ada, saya akan memilih bahan lain yang di UD.Usaha Lubis Panyabungan kota					
5	Ketika harga bahan bangunan yang saya perlukan mahal, saya tetap membeli bahan yang lebih murah di UD.Usaha Lubis Panyabungan kota					
6	Saya lebih memilih bahan bangunan yang mudah di peroleh					
7	Saya merasa cocok dengan bahan bangunan yang saya beli di UD.Usaha Lubis Panyabungan kota					
8	Saya merekomendasikan kepada teman-teman untuk membeli di UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota					
9	Saya membeli bahan bangunan di usaha lain					
10	Saya menargetkan bahan bangunan yang akan saya beli di UD.Usaha Lubis					

panyabungan kota					
------------------	--	--	--	--	--

HARGA (X1)

No	Pernyataan	TS	KS	CS	S	SS
1	Bahan bangunan di UD.Usaha Lubis Panyabungan Kota bermutu tinggi					
2	UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota hanya menjual bahan bangunan yang berkualitas					
3	Bahan bangunan di UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota sesuai mutu produknya					
4	Harga di UD.Usaha Lubis Panyabungan Kota lebih murah di banding toko lain					
5	UD.Usaha Lubis Panyabungan Kota memberikan potongan harga untuk memikat pembeli					
6	Pelayanan di UD.Usaha Lubis Panyabungan Kota lebih baik dari pada tempat lain					
7	Kualitas bahan bangunan di UD.Usaha Lubis Panyabungan Kota kurang bagus					
8	UD.Usaha Lubis Panyabungan Kota mempunyai banyak pelanggan					
9	UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota hanya menjual papan dan kayu					
10	Pelanggan UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota hanya sekitar Kota Panyabungan					

LOKASI (X2)

No	Pernyataan	TS	KS	CS	S	SS
1	UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota terletak dekat perumahan					
2	UD.Usaha Lubis Panyabungan Kota lokasinya di tepi jalan					
3	UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota dekat dengan pasar					
4	Saya memilih berbelanja di UD.Usaha Lubis Panyabungan Kota, karena sekalian berbelanja kebutuhan lain di pasar					
5	UD.Usaha Lubis Panyabungan Kota mempunyai lapangan parkir yang luas					
6	Lokasi UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota terletak di lintas Medan- Padang					
7	UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota bebas ongkos antar bahan					
8	Belanja bahan bangunan di UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota bebas biaya muat/angkat bahan					

9	Bahan bangunan di UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota berkualitas					
10	Belanja bahan bangunan di UD. Usaha Lubis Panyabungan Kota tempatnya susah di temukan					

Panyabungan 2017

## LAMPIRAN 2

## ATRIBUT HARGA (X1)

NO	AP1	AP2	AP3	AP4	AP5	TOTAL
1	4	4	4	4	4	20
2	4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	3	4	19
4	4	4	4	4	4	20
5	3	4	4	4	4	19
6	4	5	5	4	4	22
7	5	4	4	4	4	21
8	4	4	4	4	4	20
9	4	4	4	3	4	19
10	4	5	4	4	5	22
11	3	3	3	4	3	16
12	4	4	4	3	4	19
13	5	5	5	5	4	24
14	4	4	4	4	4	20
15	4	4	4	4	4	20
16	4	4	4	4	4	20
17	5	5	4	4	4	22
18	4	4	3	4	4	19
19	5	5	5	5	5	25
20	5	5	5	5	5	25
21	4	3	4	4	4	19
22	4	4	4	4	4	20
23	4	4	4	4	4	20
24	3	4	4	4	5	20
25	4	3	3	4	4	18
26	5	4	5	5	5	24
27	5	4	4	4	5	22
28	4	4	4	4	3	19
29	5	5	5	5	4	24
30	3	3	4	4	3	17
31	4	4	4	4	3	19
32	5	5	5	5	5	25
33	4	5	5	4	4	22
34	4	4	4	4	3	19
35	4	4	4	4	3	19
36	4	3	3	5	4	19
37	5	5	4	5	5	24
38	5	4	5	5	4	23
39	4	5	4	5	5	23



40	5	5	5	5	4	24
41	5	4	4	4	4	21
42	4	4	4	4	4	20
43	4	4	5	5	5	23
44	4	4	4	4	4	20
45	5	5	4	5	5	24
46	5	5	5	5	5	25
47	4	4	4	5	5	22
48	5	5	4	4	5	23
49	5	5	4	5	4	23
50	4	4	4	4	4	20
51	4	4	4	4	4	20
52	5	4	5	5	5	24
53	4	4	4	4	4	20
54	5	4	4	4	4	21
55	3	3	4	4	4	18
56	4	4	4	4	4	20
57	4	4	4	4	4	20
58	4	4	4	4	4	20
59	4	4	4	4	4	20
60	4	4	4	4	4	20
61	4	4	4	4	4	20
62	4	4	4	4	4	20
63	4	4	4	4	4	20
64	4	4	4	4	3	19
65	4	5	4	4	4	21
66	4	4	4	4	4	20
67	4	4	4	4	4	20
68	4	4	4	4	4	20
69	4	4	4	4	5	21
70	4	4	4	5	5	22
71	5	5	5	5	5	25
72	5	5	5	5	5	25
73	4	4	4	3	4	19
74	5	5	5	5	5	25
75	5	5	5	5	5	25
76	5	5	5	4	5	24
77	4	4	4	4	4	20
78	5	5	4	5	5	24
79	4	4	4	5	5	22
80	4	5	4	4	5	22
81	5	5	5	5	5	25

82	5	5	5	5	4	24
83	5	5	4	5	5	24
84	4	4	4	3	4	19
85	4	4	4	4	4	20
86	4	4	4	4	5	21
87	4	4	4	4	4	20
88	5	5	5	5	5	25
89	5	5	5	5	5	25
90	5	5	4	4	4	22
91	5	5	5	5	5	25
92	5	5	5	5	4	24
93	5	5	5	5	5	25
94	5	4	4	5	5	23
95	4	4	4	5	5	22
96	4	4	4	4	4	20
97	4	4	4	4	4	20
98	4	4	4	4	4	20
99	4	4	4	4	4	20
100	4	4	4	4	5	21

#### LOKASI

NO	H1	H2	H3	H4	TOTAL
1	3	4	4	5	16
2	3	4	4	4	15
3	4	4	4	4	16
4	4	4	4	4	16
5	4	4	4	5	17
6	4	5	5	5	19
7	5	4	3	4	16
8	4	4	4	4	16
9	5	5	5	5	20
10	3	3	3	3	12
11	5	5	5	5	20
12	4	5	5	5	19
13	4	5	5	5	19
14	4	4	4	4	16
15	5	5	4	4	18
16	4	4	4	4	16
17	5	5	5	5	20
18	5	4	4	4	17
19	5	4	4	3	16

20	5	5	5	5	20
21	3	4	4	5	16
22	4	4	4	4	16
23	5	4	4	4	17
24	3	3	4	4	14
25	5	5	3	4	17
26	3	3	4	4	14
27	4	4	4	4	16
28	4	5	4	5	18
29	3	5	5	5	18
30	4	4	4	4	16
31	3	4	4	4	15
32	4	5	4	4	17
33	5	4	3	4	16
34	4	4	4	4	16
35	4	5	4	4	17
36	3	3	3	3	12
37	4	4	4	3	15
38	4	4	4	4	16
39	3	4	4	5	16
40	4	4	4	4	16
41	5	3	4	4	16
42	4	5	4	4	17
43	4	4	4	4	16
44	5	5	5	5	20
45	5	5	5	5	20
46	3	4	5	5	17
47	3	4	4	4	15
48	4	4	5	4	17
49	3	4	4	4	15
50	3	4	4	4	15
51	3	4	4	3	14
52	4	3	3	3	13
53	4	4	4	3	15
54	4	3	4	4	15
55	3	4	5	4	16
56	3	4	4	3	14
57	3	4	3	3	13
58	4	4	4	4	16
59	4	3	4	3	14
60	4	5	4	5	18
61	4	4	4	5	17

62	3	4	3	3	13
63	5	5	4	3	17
64	4	4	4	4	16
65	4	4	4	4	16
66	4	4	4	4	16
67	5	4	5	4	18
68	2	5	5	3	15
69	3	3	3	3	12
70	3	3	3	3	12
71	4	4	4	3	15
72	4	3	3	3	13
73	3	3	3	3	12
74	4	4	2	4	14
75	3	4	4	2	13
76	4	3	4	3	14
77	4	5	4	3	16
78	4	4	3	3	14
79	4	3	4	3	14
80	4	4	3	4	15
81	4	4	4	4	16
82	2	4	2	2	10
83	4	4	4	3	15
84	4	3	4	3	14
85	2	4	3	4	13
86	3	3	3	4	13
87	2	3	2	2	9
88	4	2	2	4	12
89	2	4	4	3	13
90	2	4	4	4	14
91	4	4	4	4	16
92	3	3	4	3	13
93	4	4	3	4	15
94	4	4	4	4	16
95	4	4	4	4	16
96	4	3	3	3	13
97	4	4	4	2	14
98	4	4	4	4	16
99	4	4	4	3	15
100	5	4	4	5	18

KEPUTUSAN MEMBELI (Y)

NO	P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL
1	5	5	5	5	5	25
2	2	3	3	2	3	13
3	4	4	3	4	4	19
4	4	4	5	4	4	21
5	4	4	5	4	4	21
6	4	4	5	4	4	21
7	4	4	5	4	4	21
8	4	4	4	4	4	20

9	5	4	5	5	4	23
10	5	4	5	5	4	23
11	5	4	5	5	4	23
12	3	3	3	3	3	15
13	5	4	5	5	4	23
14	3	3	3	3	3	15
15	4	4	4	4	4	20
16	4	4	4	4	4	20
17	4	4	4	4	4	20
18	4	4	4	4	4	20
19	3	4	4	3	4	18
20	4	4	4	4	4	20
21	4	4	4	4	4	20
22	4	4	4	4	4	20
23	4	4	4	4	4	20
24	2	4	2	2	4	14
25	3	4	3	3	4	17
26	4	5	5	4	5	23
27	4	4	4	4	4	20
28	5	4	4	5	4	22
29	5	4	4	5	4	22
30	4	3	4	4	3	18
31	4	3	4	4	3	18
32	5	5	4	5	5	24
33	5	4	4	5	4	22
34	5	3	3	5	3	19
35	5	3	3	5	3	19
36	4	4	4	4	4	20
37	5	4	4	5	4	22
38	5	5	5	5	5	25
39	5	5	5	5	5	25
40	4	4	4	4	4	20
41	5	5	5	5	5	25
42	4	4	4	4	4	20
43	5	5	4	5	5	24
44	4	4	4	4	4	20
45	4	4	4	4	4	20
46	4	4	4	4	4	20
47	4	4	3	4	4	19
48	4	4	4	4	4	20
49	4	4	4	4	4	20
50	4	4	4	4	4	20

51	4	4	4	4	4	20
52	2	4	4	2	4	16
53	4	5	4	4	5	22
54	5	5	4	5	5	24
55	4	4	4	4	4	20
56	4	5	5	4	5	23
57	4	5	5	4	5	23
58	5	3	3	5	3	19
59	5	3	3	5	3	19
60	4	4	4	4	4	20
61	5	4	4	5	4	22
62	5	5	5	5	5	25
63	5	5	5	5	5	25
64	4	4	4	4	4	20
65	5	5	5	5	5	25
66	4	4	4	4	4	20
67	5	5	4	5	5	24
68	4	4	4	4	4	20
69	4	4	4	4	4	20
70	4	4	4	4	4	20
71	4	4	3	4	4	19
72	4	4	4	4	4	20
73	4	4	4	4	4	20
74	4	4	4	4	4	20
75	4	4	4	4	4	20
76	2	4	4	2	4	16
77	4	5	4	4	5	22
78	5	5	4	5	5	24
79	4	4	4	4	4	20
80	4	5	5	4	5	23
81	4	5	5	4	5	23
82	4	4	4	4	4	20
83	4	4	4	4	4	20
84	4	4	4	4	4	20
85	4	4	4	4	4	20
86	4	4	3	4	4	19
87	4	4	4	4	4	20
88	4	4	4	4	4	20
89	4	4	4	4	4	20
90	4	4	4	4	4	20
91	4	2	2	4	2	14
92	4	3	3	4	3	17

93	5	5	4	5	5	24
94	4	4	4	4	4	20
95	4	4	5	4	4	21
96	4	4	5	4	4	21
97	3	4	4	3	4	18
98	3	4	4	3	4	18
99	5	5	5	5	5	25
100	3	3	2	3	3	14