



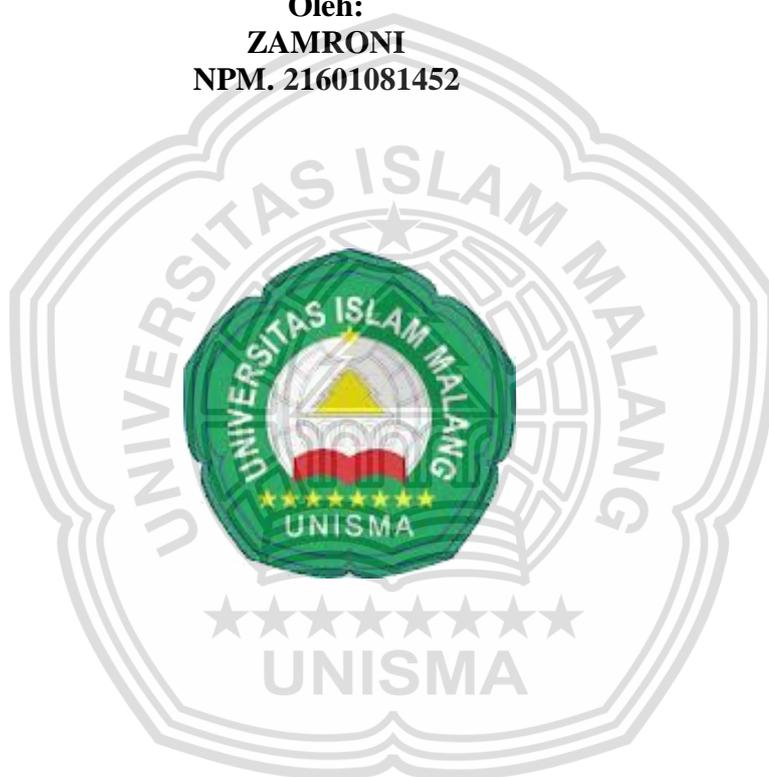
**PENGARUH HARGA, LOKASI DAN KUALITAS LAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO KOMPUTER  
CYBER MALL MALANG**

**( Studi Kasus Pada Konsumen Cyber Mall Malang)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:  
**ZAMRONI**  
NPM. 21601081452



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS ISLAM MALANG**

**MALANG**

**2020**



University of Islam Malang  
**REPOSITORY**



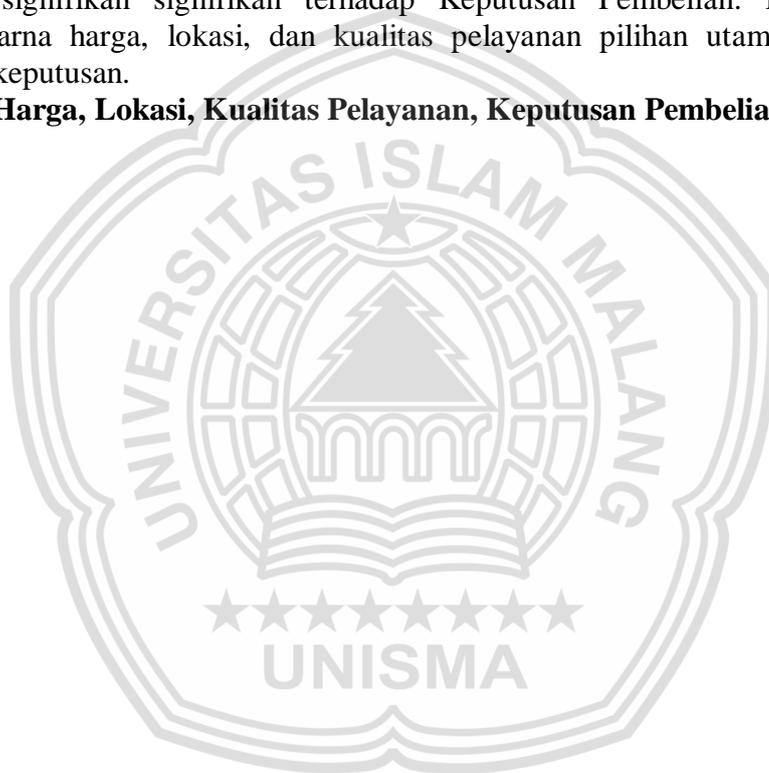
© Hak Cipta Milik UNISMA

[repository.unisma.ac.id](http://repository.unisma.ac.id)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisa pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Komputer Cyberr Mall Malang. Variabel yang digunakan adalah Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan sebagai variabel independen, sedangkan variabel Keputusan Pembelian sebagai variabel dependen. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen pada toko komputer cyberr malang. Sampel pada penelitian ini sebanyak 86 responden dan teknik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik angket atau kuesioner.. Metode pengumpulan data menggunakan data primer dan sekunder. Analisis menggunakan analisis regresi berganda dari SPSS 25,0. Hasilnya menunjukkan harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Haal ini disebabkan karna harga, lokasi, dan kualitas pelayanan pilihan utama dalam pengambilan keputusan.

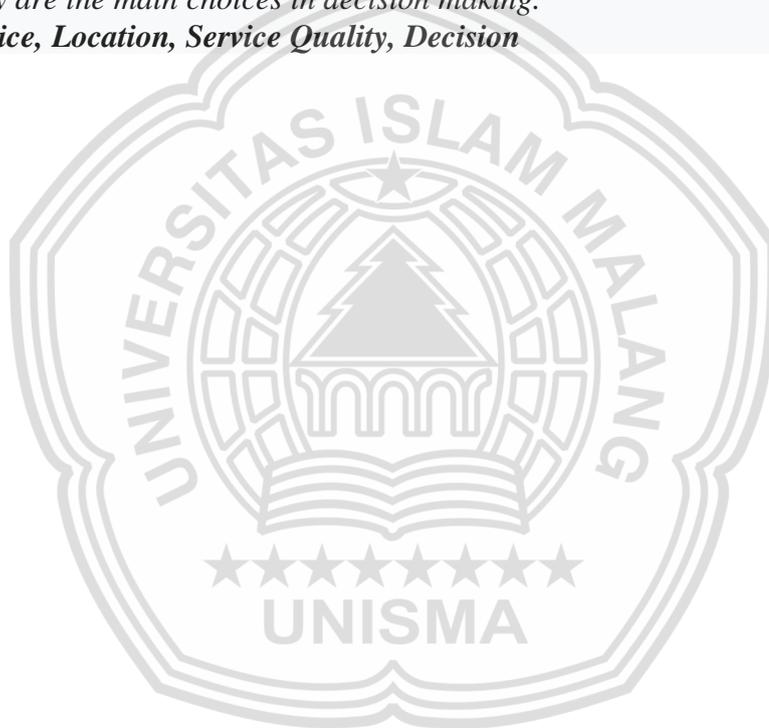
**Kata kunci:** Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian



## ABSTRACT

*This study aims to examine and analyze the effect of Price, Location and Service Quality on Purchasing Decisions at Cyberr Mall Malang Computer Shop. The variables used are Price, Location and Service Quality as independent variables, while the Purchasing Decision variable is the dependent variable. The population used in this study were consumers at the Cyberr Malang computer shop. The sample in this study were 86 respondents and the technique used in this study was a questionnaire or questionnaire. Data collection methods used primary and secondary data. The analysis used multiple regression analysis of SPSS 25.0. The result shows that price, location and service quality simultaneously have a significant effect on purchasing decisions. This is because price, location, and service quality are the main choices in decision making.*

**Keywords:** *Price, Location, Service Quality, Decision*



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya zaman yang semakin modern ini dan teknologi informasi yang semakin berkembang seperti saat ini menyebabkan banyaknya persaingan di dunia bisnis, termasuk bisnis ritail. Hal ini juga menyebabkan persaingan yang ketat dalam merebut pasar konsumen. Kondisi persaingan yang ketat dalam dunia bisnis menuntut setiap pengusaha toko ritail untuk mampu bersaing dan bertahan melawan pesaing. Banyaknya perusahaan yang berlomba-lomba untuk mendapatkan konsumen, hal ini menjadikan kompetisi antar perusahaan berlangsung semakin ketat. Persaingan yang sangat ketat ini juga menuntut bagi para pengusaha untuk dapat menentukan strategi yang tepat dalam berkompetisi, strategi yang dilakukan adalah dengan cara pemenuhan kebutuhan konsumen yang selalu bervariasi dan beragam. Di era globalisasi ini, persaingan bisnis menjadi semakin tinggi baik dipasar domestik (nasional) maupun internasional.

Di Indonesia misalnya perkembangan usaha yang dinamis dan penuh persaingan menuntut perusahaan untuk melakukan perubahan orientasi terhadap cara meningkatkan kualitas produk, yang dikeluarkan dan mempertahankan produknya, hal itu dapat menarik konsumen dan menangani pesaing (Tjiptono 2005:30).

Setiap manusia memiliki berbagai macam kebutuhan yang harus terpenuhi. Kini pola hidup masyarakat juga banyak mengalami perubahan. Perubahan yang ada meramban pada berbagai bidang, salah satunya yaitu bidang bisnis. Masyarakat

khususnya yang tinggal di perkotaan merupakan masyarakat yang selalu mengikuti perubahan-perubahan yang terjadi. Perubahan-perubahan tersebut menimbulkan tuntutan dan juga keinginan bagi masyarakat untuk selalu memperbahruhi penampilan, sikap dan wawasan. Dari salah satu kebutuhan manusia yaitu sesuatu yang berhubungan dengan teknologi misalnya seperti laptop, computer, handphone dan lain-lain. Karna pada dasarnya dalam dunia pendidikan tidak bisa lepas dari perkembangan teknologi.

Salah satu cara pemenuhan kebutuhan tersebut adalah dengan adanya perusahaan - perusahaan ritel. Indonesia dengan jumlah penduduk 250 juta jiwa merupakan pasar potensial bagi perusahaan ritail. Pertumbuhan ritel di Indonesia yang sangat pesat memungkinkan semua perusahaan yang bergerak di bidang ritail membuat strategi yang baik untuk menarik konsumen. Fokus perusahaan ritail tidak hanya memusatkan perhatiannya pada pesaingnya, namun harus juga memperhatikan konsumen yang nantinya akan menentukan keberhasilan strategi pemasaran yang di jalankan oleh perusahaan ritail yang bersangkutan.

Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, diantaranya yang sering menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk adalah harga. Menurut Handoko (1987:32) Harga merupakan strategi puncak untuk mendapatkan keuntungan bagi perusaan. Bagi konsumen, harga yang tidak sesuai dapat menyebabkan perpindahan konsumen dalam melakukan pembelian. Ada kemungkinan konsumen memiliki ketidaksesuaian sesudah melakukan pembelian karna mungkin harganya dianggap terlalu mahal atau mungkin tidak sesuai dengan keinginan dan gambaran sebelumnya. Dalam

membeli suatu produk. Banyak konsumen yang berani membayar dengan harga tertentu untuk kualitas tertentu dan kepuasan dalam dirinya.

Faktor lain yang mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian adalah lokasi. Lokasi menurut Swasta dan Irawan (2002:24) adalah suatu tempat dimana usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Keputusan mengenai lokasi toko bagi usaha retail akan memegang peranan yang sangat penting. Lokasi toko sangat mempengaruhi tingkat profitabilitas dan keberhasilan usaha dalam jangka panjang. Pada lokasi yang tepat, sebuah gerai akan lebih sukses di banding gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis, meskipun keduanya menjual produk yang sama, oleh pramuniaga yang sama banyak dan terampilnya, dan sama-sama memiliki *setting* atau *ambience* yang bagus. Beberapa jenis gerai yang berbeda seperti supermarket, toko komouter atau laptop, toko baju, toko asesoris rumah dapat berkumpul di suatu area perdagangan ritel seperti di cyber mall malang atau di pusat bisnis lainnya.

Faktor lain yang mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian adalah kualitas pelayanan. Dimana konsumen akan lebih cenderung memilih toko atau gerai yang memiliki pelayanan yang membuat konsumen nyaman dalam membeli suatu produk. Kualitas pelayanan yang membuat nyaman adalah memfasilitasi pembeli saat berbelanja. Wykof, (Tjiptono 2000:59), berpendapat bahwa kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Ada faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu *expected* dan *service perceived* (Berry.,1994). Apabila kualitas pelayanan yang di terima sesuai

dengan apa yang di harapkan oleh konsumen, maka kualitas pelayanan dari toko tersebut bisa di katakana bagus dan memuaskan. Jika kualitas pelayanan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen makan kualitas pelayanan tersebut bisa dikatakan buruk. Maka dari itu baik tidaknya sebuah layanan tergantung pada kemampuan penyedia pelayanan dalam memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan harapan pembeli.

Malang adalah daerah yang dikenal sebagai kota pendidikan, karena memiliki perguruan tinggi ternama, sebagai kota pendidikan, banyak mahasiswa berasal dari luar malang kemudian menetap, terutama di wilayah Indonesia timur seperti bali, nusa tenggara, Sulawesi, Kalimantan, Maluku, dan papua bahkan luar negeri sekalipun. Kota malang di penuh berbagai sekolah, perguruan tinggi, pendidikan non formal, pondok pesantren. Maka dari itu banyak banyaknya orang-orang yang menempuh pendidikan dimalang menjadikan peluang bagi pengusaha untuk menyediakan kebutuhan- kebutuhan mereka. Berbagai macam fasilitas modern seperti *malang Olympic garden*, *cyber mall* dan matahari, atau toko serba ada yang menciptakan lingkungan belanja yang nyaman. Hal ini dapat dilihat dari perkembangannya usaha ritail dimalang mulai dari skala kecil hingga yang besar.

Salah satu toko modern yang berkembang dikota malang adalah cyber mall. Cyber mall malang merupakan mall yang di jadikan sebagai pusat perbelanjaan IT, gadget dan liestyle terlengkap di kota malang. Mall ini terletak di pusat malang, di jalan raya langsep no 2, kota malang. Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik mengangkat judul **Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan**



**Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Komputer di Cyber Mall Malang  
( Studi Kasus Pada Konsumen Cyber Mall Malang )**



## 1.2 Rumusan Masalah

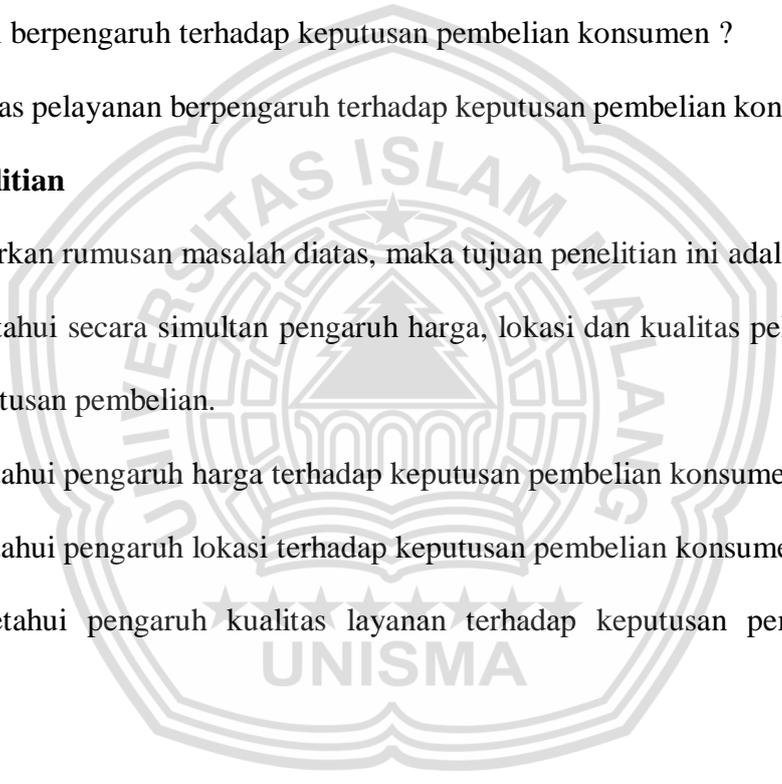
Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut :

- a. Apakah Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen ?
- b. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen ?
- c. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen ?
- d. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui secara simultan pengaruh harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.
- b. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen.
- c. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen.
- d. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen.



#### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari manfaat ini adalah :

- a. Bagi peneliti, agar dapat mempraktekkan teori - teori yang dipelajari selama masa perkuliahan.
- b. Bagi perusahaan, sebagai masukan untuk mengevaluasi, mengembangkan dan meningkatkan kualitas layanan toko komputer di cyber mall.
- c. Bagi pembaca, sebagai referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya.





## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh pengaruh harga, lokasi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian baik secara simultan maupun parsial. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka diperoleh simpulan sebagai berikut:

- a. Variabel harga, lokasi dan kualitas layanan secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Komputer Cyber Mall Malang.
- b. Variabel harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Komputer Cyber Mall.
- c. Variabel lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Komputer Cyber Mall.
- d. Variabel kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Komputer Cyber Mall.

#### 5.2 Keterbatasan

- a. Penelitian ini hanya dilakukan dengan mengambil populasi konsumen di sekitar Toko Komputer Cyber Mall.
- b. Penelitian ini dilakukan saat adanya wabah pandemik sehingga kurang maksimalnya bimbingan yang dilakukan.

- c. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel saja yaitu: pengaruh harga, lokasi, dan kualitas layanan sebagai variabel bebas dan Keputusan pembelian sebagai variabel terikat.

### 5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, berikut ini beberapa saran antara lain:

#### a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan untuk pihak yang terkait dalam meningkatkan loyalitas pelanggan

- 1) Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan untuk Toko Komputer Cyber Mall dalam meningkatkan layanan terhadap konsumen.
- 2) Perusahaan perlu menerapkan cara strategis dengan memperhatikan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konsumen agar semakin tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan.

#### b. Bagi Iptek

- 1) Bagi Akademisi

Saran bagi akademisi adalah lebih menggali lagi ilmu tentang pengaruh harga, lokasi, dan kualitas layanan terhadap Keputusan pembelian dengan cara banyak membaca buku pemasaran jasa. Saran bagi akademisi lainnya adalah terus mempelajari pemasaran jasa karena studi ini mencakup ruang lingkup yang luas

- 2) Harapan bagi peneliti selanjutnya

Untuk pihak-pihak yang akan melaksanakan penelitian lebih lanjut dianjurkan agar:

- a) Bisa menambahkan jumlah responden dan populasi yang lebih banyak dalam penelitiannya agar memperoleh hasil yang lebih sempurna.
- b) Dapat menambah item atau indikator pertanyaan untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih baik lagi.
- c) Menambahkan variabel lagi yang berbeda pada penelitian berikutnya agar bisa memperkuat pendapat.



## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2004. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Press.
- Ghanimata, Fifyanita. 2012 “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian” Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, I., 2016, Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hamadi, Dimasi, Dris. 2017 “Pengaruh Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berbelanja di Matahari Departemen Store Java Mall Semarang. Jurnal Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro, Indonesia.
- Hardayanti, Ratih. 2010 “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa penginapan (Villa) Argo Wisata Kebun Teh Pagilaran. Skripsi Fakultas Ekonomi. Universitas, Diponegoro, Semarang.
- Haromain, Imam, dan Suprihhadi, Heru. 2016 “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Ahas Z618 Bangkalan. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surabaya.
- Idris, Fajar. 2018 “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu di Toko Fajar Sport Kecamatan Pedurungan Kota Semarang”, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Imam Ghozali. 2001. Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS. Semarang: BP UNDIP.
- Kasmir. 2009. Analisis Laporan Keuangan. Rajawali Pers, Jakarta.
- Kotler, P and Gary A. 2008, Prinsip-prinsip Pemasaran, (Terjemahan Ancella Anitawati Hermawan), Jilid I Edisi 13, Prehallindo, Jakarta.
- Kotler, P. 2007, Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian, (Terjemahan Ancella Anitawati Hermawan), Jilid II, Edisi 13, Prehallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip, 1997, Manajemen Pemasaran, Jilid Satu, Edisi 11, Jakarta: PT Buana Ilmu Populer
- Kotler, Philip, 2009, Manajemen Pemasaran, Jilid Satu, Edisi 11, Jakarta: PT Buana Ilmu Populer.
- Maulana, Sugiarto, Yogi. 2018 “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Pabrik PT Sung Chang Indonesia Cabang Kota Banjar. Jurnal Ilmiah Administasi Bisnis STISIP Bina Putra Banjar.

- Nopriani. 2016. “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kecap Manis Manis ABC (Studi UD. Toko Harapan Besar di Desa Suka Maju DK 4D Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
- Permatasari, Nira, Elien. 2017 “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan *Minimarket*. Skripsi Fkultas Ekonomi Menejemen. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Rosita Dwi*. “Pengaruh Komitmen Organisasi Terhadap Kepuasan ... Jakarta, 2010
- Schiffman dan Kanuk. 2009. Perilaku Konsumen Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Setiawan, Deni. 2019 “ Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan *Word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian *Online Shopee.Co.Id*. jurnal Ilmu dan Riset Menejemen, Sekolah Tinggi Ekonomi Indonesia Surabaya.
- Sinambau, Sandi dan Trang, Irvan. 2015 “Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Komputer Zone Mega Mall Manado”. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Menejemen. Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Stanton, William J , 1996, Prinsip Pemasaran, Jilid Satu, Edisi Tujuh, Jakarta: Erlangga.
- Stanton, William J.2003. Prinsip Pemasaran (terjemahan). Edisi 7,jilid 1.Erlangga. Jakarta.
- Sugiyono (2011). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. Alfabeta
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sunarto. 2003. Perilaku Konsumen. Yogyakarta : AMUS Jogyaarta dan CV Ngeksigondo Utama.
- Tjiptono, Fandy. 2006, Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008, Strategi Pemasaran, Edisi 2, Andi Offset, Yogyakarta.
- Wahyuni, Urip, dewi. 2008 “Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek “Honda” di Kawasan Surabaya Barat”, Jurnal Ilmu Ekonomi Menejemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Fatahillah Surabaya.