



**Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Lokasi Terhadap  
Keputusan Pembelian  
(Studi pada Pembeli Produk *Rotiboy* di Mal Kota Semarang)**

**SKRIPSI**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan**

**Pendidikan Strata 1**

**Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro**

**Penyusun**

**Nama: Noer Cahyo Santoso**

**NIM: 14020215120059**

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**2019**

**SURAT PERNYATAAN  
KEASLIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Noer Cahyo Santoso  
NIM : 14020215120059  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Departemen : Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

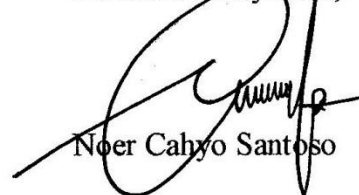
**Pengaruh Kuliatas Produk, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan  
Pembelian ( Studi Pada Pembeli Produk *Rotiboy* di Mal Kota Semarang)**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 03 Juli 2019

Pembuat Pernyataan,



Noer Cahyo Santoso

NIM 14020215120059

## PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian** (Studi pada Pembeli Produk Rotiboy di Mal Kota Semarang)

Nama Penyusun : Noer Cahyo Santoso

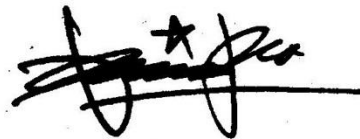
Departemen : Administrasi Bisnis

**Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1**

Semarang, 03 Juli 2019

Dekan

Wakil Dekan I



Dr. Hardi Warsono, M.T.P.

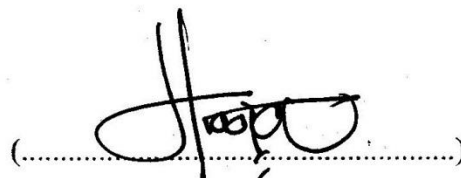
Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin

NIP. 19640827 199001 1 001

NIP. 19690822 199403 1 003

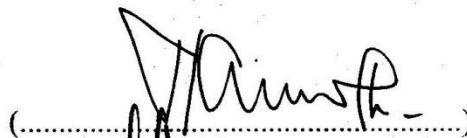
### Dosen Pembimbing

1. Drs. Wahyu Hidayat, M.Si

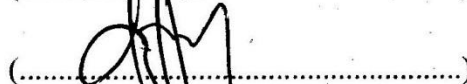


### Dosen Penguji

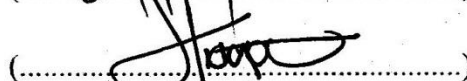
1. Drs. Handojo Djoko Waloejo, M.Si



2. Robetmi Jumpakita Pinem, S.AB., MBA



3. Drs. Wahyu Hidayat, M.Si



## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

*“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan..”*

*((QS. Al-Insyirah : 6.)*

*“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras, tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan dan tidak ada kemudahan tanpa doa.”*

*(Ridwan Kamil)*

## **PERSEMBAHAN :**

*Puji syukur kehadiran Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk:*

- *Orang tua tercinta Bapak Wahyu Sudjoko Santoso dan Ibu Krisna Triasih Sulistyowati yang memberikan cinta, dukungan, doa, dan semangat tiada henti serta pelajaran kehidupan berharga kepada penulis hingga saya bisa sampai di titik ini*
- *Sahabat-sahabat seperjuanganku Rembranto Gusani Putro, Krenou, Anis Qomariah, Yoel Ksatria, Zuhad Wildan, Faizul Umam, Terima kasih telah memberi mengukir cerita dari semua perjuangan-perjuangan selama berada di kampus tercinta ini*
- *Sahabat kakak dan adik kelasku yang selalu mensupport mbak June, Mbak Fina dan Talitha terimakasih untuk cerita dan kenangan indah selama perkuliahan. See u on top guys!*
- *Terimakasih kepada Bang Raihan, Bang Gilang, dan Kak Indah selaku abang dan atasan saya di PARJO. Terimakasih atas kesempatan luar biasa telah mempercayai saya untuk belajar mengemban amanah mengelola usaha sebesar ini.*
- *Para Mentor kehidupan dan bisnis yang sudah membekali saya dengan banyak sekali ilmu dan pengalaman hingga bisa membentuk saya sampai saat ini*

- *Pak Handoyo selaku dosen wali, Pak Wahyu Hidayat selaku dosen pembimbing dan Bang Robetmi selaku dosen penguji , teman sekaligus sahabat saya. Terimakasih sudah mendidik dan mengarahkan saya dengan baik*
- *Seluruh dosen Administrasi Bisnis dan teman-teman Administrasi Bisnis 2015.*
- *Semua teman-teman terdekat yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan dan dukungannya selama ini.*

## **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN LOKASI**

### **TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi pada Pembeli Produk *Rotiboy* di Mal Kota Semarang)**

#### **ABSTRAKSI**

Di zaman modern ini, usaha makanan dan minuman mengalami perkembangan yang cukup pesat, khususnya untuk perusahaan roti. Salah satu perusahaan yang mengalami pertumbuhan yang bagus adalah *Rotiboy*. Kunci sukses agar perusahaan mampu menghadapi tantangan adalah perusahaan harus mampu menghasilkan dan menawarkan produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan memperhatikan beberapa elemen seperti kualitas produk, promosi, dan lokasi.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk *Rotiboy* di Mal Kota Semarang). Populasi yang diambil adalah pelanggan *Rotiboy* di Citraland Mal dan Paragon Mal di kota Semarang dengan jumlah populasi tidak diketahui sedangkan sampelnya adalah 138 konsumen *Rotiboy* dengan menggunakan tehnik pengambilan sampel *Accidental* dan *Purposive Sampling*.

Tipe penelitian ini adalah *Explanatory Research*. Analisis yang digunakan adalah analisis dua tahap menggunakan *software SPSS 17 for Windows*, dimana sebelumnya dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi sederhana dan berganda, dan yang terakhir uji signifikansi (uji t dan uji F)

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Promosi, dan Lokasi berpengaruh positif secara parsial terhadap keputusan pembelian dan variabel yang memiliki pengaruh positif terbesar yaitu kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis menyarankan untuk *Rotiboy* agar terus dapat bersaing dengan rutin melakukan inovasi menu baru dan rasa, melakukan promosi yang langsung menjalin hubungan dengan pelanggan dan memindahkan lokasi toko ke tempat yang dekat dengan keramaian agar lebih strategis

*Key Words : Kualitas Produk, Promosi, Lokasi, Keputusan Pembelian.*

# **THE SIGNIFICANT ROLES OF PRODUCT QUALITY, PROMOTION AND LOCATION IN PURCHASE DECISIONS**

**(A study on consumers of *Rotiboy* at the Malls around Semarang)**

## **ABSTRACT**

In this modern era, food and beverage businesses have rapidly been developing, especially for bakeries. Rotiboy is one of those bakeries which presents a very strong growth. A key to success in the business competitions is a company must produce and offer a product or service that meets their consumers' needs. However, there are some of the essential factors that need our concern i.e., product quality, promotion, and location.

This study aims to investigate the significant roles of product quality, promotion and location in purchase decisions (a study on consumers of Rotiboy at the Malls around Semarang). Unknown numbers of consumers of Rotiboy in Citraland and Paragon Mall were involved in the data collection. Meanwhile, a hundred thirty eight of which were taken as samples and analyzed using accidental and purposive sampling.

The type of this research is Explanatory Research. The analysis used is a two-stage analysis using SPSS 17 software for Windows. Prior to data analysis, the author has undergone the validity test, reliability test, correlation coefficient, determination coefficient, simple and multiple regression analysis, and significance test (t-test and f-test).

The result of this study indicates that product quality, promotion, and location have partially positive impacts on purchase decisions. Nonetheless, the variable that has the greatest positive impact is product quality.

According to the findings, the author encourages Rotiboy's constant innovations in terms of menu and taste to keep up with the competition, do some promotions that build good relationships with customers and relocate the stores to a more crowded and strategic place.

*Keywords : product quality, promotion, location, purchase decisions*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat serta kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang mengambil judul **“Pengaruh Kuliatas Produk, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Pada Pembeli Produk *Rotiboy* di Mal Kota Semarang)”**.

Saya sadar bahwa penulisan skripsi ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati, pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung saya dalam proses penyelesaian penelitian ini, khususnya kepada :

1. Dr. Hardi Warsono, M.T.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
2. Bulan Prabawani, S.Sos., M.M., Ph.D. selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
3. Drs. Wahyu Hidayat, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan dengan sabar dalam penyusunan skripsi ini.
4. Robetmi Jumpakita P, SAB, MBA selaku dosen penguji.
5. Drs. Handojo Djoko Walujo, M.Si. selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah membantu selama masa perkuliahan.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
7. Seluruh responden atas kesediaannya mengisi kuesioner yang telah saya berikan.
8. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Apabila dalam penulisan karya ilmiah ini terdapat kekurangan, penulis mengharapkan kritik dan saran. Semoga skripsi ini memberikan manfaat nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 03 Juli 2019

Penulis

Noer Cahyo Santoso

NIM. 14020215120059

## DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....	i
PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
ABSTRAKSI.....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Kegunaan Penelitian .....	11
1.5 Kerangka Teori.....	12
1.5.1 Pengertian Pemasaran.....	12
1.5.2 Bauran Pemasaran .....	144
1.5.3 Kualitas Produk.....	145
1.5.4 Promosi.....	17
1.5.5 Lokasi .....	18
1.5.6 Keputusan Pembelian .....	19
1.5.7 Penelitian Terdahulu.....	23
1.6 Hipotesis.....	25
1.7 Definisi Konsep .....	26
1.8 Definisi Operasional .....	27
1.9 Metodologi Penelitian.....	29
1.9.1 Tipe Penelitian .....	29
1.9.2 Populasi dan Sampel .....	30
1.9.3 Jenis dan Sumber Data .....	31
1.9.4 Skala Pengukuran.....	32
1.9.5 Metode Pengumpulan Data .....	33
1.9.6 Tehnik Pengolahan Data .....	34
1.9.7 Instrumen Penelitian.....	35
1.9.8 Analisis Data.....	36
<b>BAB II GAMBARAN UMUM ROTI BOY .....</b>	<b>42</b>
2.1 Sejarah Perkembangan <i>Rotiboy</i> .....	43
2.2 Lokasi Usaha.....	44
2.3 Visi, Misi, dan Budaya Perusahaan.....	44
2.4 Logo Perusahaan.....	46
2.5 Struktur Organisasi <i>Rotiboy</i> .....	47
2.6 Jam Operasional.....	49
2.7 Produk yang Ditawarkan.....	49
2.8 LEMBAR IDENTITAS RESPONDEN.....	52

<b>BAB III ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN.....</b>	<b>57</b>
3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	57
3.1.1 Uji Validitas.....	58
3.1.2 Uji Reliabilitas.....	61
3.2 Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian.....	63
3.3 Uji Hipotesis.....	92
3.4 Pembahasan.....	118
<b>BAB IV PENUTUP.....</b>	<b>123</b>
4.1 Kesimpulan.....	123
4.2 Saran.....	126
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>129</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>132</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Survey Top Brand Index Merk <i>Rotiboy</i> tahun 2013-2017 .....	7
Tabel 1.2 Volume Penjualan Produk <i>Rotiboy</i> di 2 Mal besar di kota Semarang.....	8
Tabel 1.3 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	38
Tabel 3.1 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	59
Tabel 3.2 Uji Validitas Variabel Promosi.....	60
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel Lokasi.....	60
Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	61
Tabel 3.5 Uji Reliabilitas Variabel.....	62
Tabel 3.6 Persepsi mengenai Variasi Produk yang Beragam.....	63
Tabel 3.7 Persepsi mengenai Rasa yang Diberikan.....	65
Tabel 3.8 Persepsi mengenai Ketahanan Produk.....	65
Tabel 3.9 Persepsi mengenai Ukuran yang Sesuai dengan Harga.....	66
Tabel 3.10 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Kualitas Produk .....	67
Tabel 3.11 Kategorisasi Variabel Kualitas Produk.....	69
Tabel 3.12 Persepsi mengenai Frekuensi Promosi.....	70
Tabel 3.13 Persepsi mengenai Promosi yang Menarik.....	71
Tabel 3.14 Persepsi mengenai Promosi yang Dijanjikan.....	72
Tabel 3.15 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Promosi.....	74
Tabel 3.16 Kategorisasi Variabel Promosi.....	76
Tabel 3.17 Persepsi mengenai Akses Jalan Menuju Lokasi.....	77
Tabel 3.18 Persepsi mengenai Lokasi Toko yang Jelas dan Mudah.....	78
Tabel 3.19 Persepsi mengenai Ketersediaan Transportasi.....	79
Tabel 3.20 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Lokasi.....	81
Tabel 3.21 Kategorisasi Variabel Lokasi.....	83
Tabel 3.22 Persepsi mengenai Kemantapan Membeli Produk.....	84
Tabel 3.23 Persepsi mengenai Merekomendasikan Kepada Orang Lain.....	85

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tahap Proses Keputusan Pembelian .....	21
Gambar 1.2 Hipotesis .....	26
Gambar 1.3 Uji t .....	40
Gambar 1.4 Uji F.....	41
Gambar 2.1 Logo <i>Rotiboy</i> .....	46
Gambar 2.2 Struktur Organisasi <i>Rotiboy</i> Semarang.....	48
Gambar 2.3 <i>Rotiboy</i> Original.....	50
Gambar 2.4 <i>Rotiboy</i> Buttermilkboy.....	50
Gambar 2.5 <i>Rotiboy</i> Chocolate.....	51
Gambar 2.6 <i>Rotiboy</i> Pastry Stick.....	51