



**PENGARUH PROMOSI, LOKASI DAN KERAGAMAN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DAN KEPUASAN KONSUMEN**

(Studi Pada Konsumen Indomaret di Jalan Sunan Kudus)

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

Bella Muliasari
NIM : 201811277

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

2024

**PENGARUH PROMOSI, LOKASI DAN KERAGAMAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DAN KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Pada Konsumen Indomaret di Jalan Sunan Kudus)**

Nama : Bella Muliasari
NIM : 201811277
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 13 September 2024

Dosen Pembimbing I



(Dr. SUPRIYONO, SE, MM)

NIDN. 0614037104

Dosen Pembimbing II



(INDAH DWI PRASETYANINGRUM, SE, MM)

NIDN. 0022038001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



(NOOR INDAH RAHMAWATI, SE, MM)

NIDN. 0024037701

**PENGARUH PROMOSI, LOKASI DAN KERAGAMAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DAN KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Pada Konsumen Indomaret di Jalan Sunan Kudus)**

Nama : Bella Muliasari
NIM : 201811277
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 13 September 2024

Mengetahui,
Ketua Program Studi



(NOOR INDAH RAHMAWATI, SE, MM)

NIDN. 0024037701

Pembimbing I



(Dr. SUPRIYONO, SE, MM)

NIDN. 0614037104

Mengetahui,
Dekan



(Dr. KERTATI SUMEKAR, SE, MM)

NIDN . 0616077304

Pembimbing II



(INDAH DWI PRASETYANINGRUM, SE, MM)

NIDN. 0022038001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan sekecil apa pun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya." -Q.S Al Zalzalah: 7

"Cukuplah Allah menjadi penolong kami dan Allah adalah sebaik-baik pelindung." -Q.S Ali Imran: 173

"Segala sesuatu itu butuh usaha dan segala usaha tidak akan mengkhianati hasilnya." -Penulis

PERSEMBAHAN :

1. Ayah serta Ibuku tercinta
2. Teman-teman
3. Almamater UMK.

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan hidayahnya kepada kita semua khususnya kepada saya sehingga bisa menyelesaikan penulisan proposal pengajuan skripsi dengan judul **“Pengaruh Promosi, Lokasi dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Indomaret di Jalan Sunan Kudus)”** dengan baik dan tepat pada waktunya. Proposal ini saya susun untuk memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana Manajemen di UMK Kabupaten Kudus. Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu penyelesaian penulisan skripsi ini :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, SE, MM, sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, SE, MM, sebagai Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr Supriyono, SE, MM, sebagai dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan yang sangat bermanfaat dalam penulisan skripsi ini.
5. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE, MM, selaku pembimbing II yang sudah memberi nasehat, arahan dan bimbingan kepada penulis hingga skripsi ini selesai.
6. Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus dan segala civitas akademik yang sudah menyumbangkan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis. Tidak hanya itu, terimakasih penulis haturkan pada seluruh staff dan karyawan

Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang mensupport penulis selama menempuh studi di kampus.

7. Sekaligus segala pihak yang tidak mampu disebutkan oleh penulis satu persatu, yang mana mereka telah menyumbangkan seluruh tenaga dan pikiran serta doa sampai skripsi ini tersusun dengan maksimal.

Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu penyelesaian penulisan proposal ini, disamping itu saya juga menyadari bahwa masih banyak kesalahan dalam penulisan proposal ini, untuk itu saya mohon kritik dan saran yang membangun. Sehingga bisa melengkapi dan menjadikan proposal ini bisa lebih baik lagi nantinya. Akhir dari saya tentunya saya mohon maaf sebesar-besarnya jika terjadi kesalahan dalam penulisan ini, mudah-mudahan proposal ini bisa bermanfaat dan menjadi referensi bagi pembaca.

Kudus, 2024

BELA MULIASARI
NIM. 201811277

**PENGARUH PROMOSI, LOKASI DAN KERAGAMAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI PADA KONSUMEN INDOMARET DI JALAN SUNAN KUDUS)**

BELLA MULIASARI

NIM. 201811277

Pembimbing I. Dr. Supriyono, SE, MM

II. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE, MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh promosi, lokasi, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pembelian (Studi Kasus Konsumen Indomaret Jalan Sunan Kudus). Jenis penelitian yang digunakan adalah *field research* (penelitian lapangan). Sampel penelitian sebanyak 126 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, dan reliabilitas. Analisis data meliputi analisis kuantitatif yang terdiri dari analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). Berdasarkan hasil analisis yang dikemukakan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan keputusan pembelian, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Keberagaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Keberagaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen konsumen Indomaret di Jalan Sunan Kudus.

Kata Kunci : Promosi, lokasi dan keragaman produk, keputusan pembelian, kepuasan konsumen.

**THE INFLUENCE OF PROMOTION, LOCATION AND PRODUCT DIVERSITY ON
CONSUMER SATISFACTION AND PURCHASING DECISIONS
(INDOMARET CONSUMER ON STUDY JALAN SUNAN KUDUS)**

BELLA MULIASARI

NIM. 201811277

Advisor I. Dr. Supriyono, SE, MM

II. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE, MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS UNIVERSITY

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY
PROGRAM**

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of promotion, location, and product diversity on purchasing decisions and purchasing satisfaction (Case Study of Indomaret Consumers on Jalan Sunan Kudus. The type of research used is field research. The research sample was 126 respondents. Data collection using a questionnaire. Data analysis used includes validity and reliability tests. Data analysis includes quantitative analysis consisting of Structural Equation Modeling (SEM) analysis. Based on the results of the analysis, it is stated that promotion has a positive and significant effect on purchasing decision satisfaction, location has a positive and significant effect on purchasing decisions. Product diversity has a positive and significant effect on purchasing decisions, promotion has a positive and significant effect on consumer satisfaction, location has a positive and significant effect on consumer satisfaction. Product diversity has a positive and significant effect on consumer satisfaction of Indomaret consumers on Jalan Sunan Kudus.

Keywords: Promotion, location and product diversity, purchase decision, consumer satisfaction.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup Penelitian	6
1.3. Perumusan Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	9
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Variabel dan Indikator	10
2.2. Pengaruh Antar Variabel	15
2.3. Tinjauan Penelitian Terdahulu	17
2.4. Kerangka Pemikiran Teoritis	19
2.5. Hipotesis	20
BAB.III. METODE PENELITIAN	21
3.1. Rancangan Penelitian	21
3.2. Definisi Operasional	22
3.3. Jenis dan Sumber Data	24
3.4. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	25
3.5. Pengumpulan Data	26
3.6. Uji Validitas	27
3.7. Pengolahan Data	28
3.8. Analisis Data	29
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	37
4.2. Penyajian Data	39
4.3. Analisis Data	47
4.4. Pembahasan	65
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1. Kesimpulan	79
5.2. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1.	Data Penjualan dan Data Jumlah Pengunjung Indomaret Jalan Sunan Kudus Tahun 2022	3
Tabel 1.2	Data Pangsa Pasar	3
Tabel 3.1.	Kriteria uji Goodness of Fit	36
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden	39
Tabel 4.2.	Frekuensi Variabel Promosi	41
Tabel 4.3.	Frekuensi Variabel Lokasi	42
Tabel 4.4.	Frekuensi Variabel Keragaman Produk	43
Tabel 4.5.	Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen	44
Tabel 4.6.	Frekuensi Variabel Keputusan Pembeliain	41
Tabel 4.7.	Uji Validitas	46
Tabel 4.8.	Uji AVE	47
Tabel 4.9.	Dicriminant Validity	48
Tabel 4.10.	Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.11.	Uji Normalitas Data	50
Tabel 4.12.	Hasil Analisis Univariat Outliers	50
Tabel 4.13.	Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Variabel Eksogen (X) Tahap 1	52
Tabel 4.14.	Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Variabel Eksogen (X) Tahap 2	54
Tabel 4.15.	Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Variabel Endogen (Y)	55
Tabel 4.16.	Hasil Pengujian Kelayakan	57
Tabel 4.17.	Hasil Pengujian Regression Weights Standardized Estiames	60
Tabel 4.18.	<i>Regression Weight</i>	61
Tabel 4.19.	Pengaruh Langsung Tidak Langsung dan Total Pengaruh	63

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis	19
Gambar 4.1. Konstruk Variabel Eksogen Tahap 1.....	52
Gambar 4.2. Konstruk Variabel Eksogen Tahap 2	53
Gambar 4.3. Konstruk Variabel Endogen	55
Gambar 4.4. Konfirmatory Measurement Model	56
Gambar 4.5. Pengujian Full Model SEM	59