

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN KACAMATA DI OPTIK DIVA ENDE**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Manajemen**



OLEH

ANANG HAFIFUDIN MURSALIN
2016411065

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS FLORES

ENDE

2021

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : ANANG HAFIFUDIN MURSALIN
Nim : 2016411065
**Judul : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN KACAMATA DI
OPTIK DIVA ENDE**

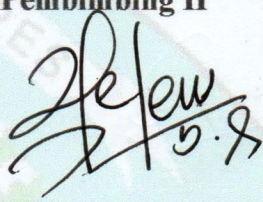
Ende, 13 Februari 2021

Telah Diujikan di Depan Tim Penguji Skripsi

Pembimbing I

Pembimbing II


Lambertus Langga, SE.,M.Sc
NIDN. 08 2507 7101


Maria Helena Carolinda Dua Mea, S.S.,MM
NIDN. 08 3110 8301

**Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Flores**



Lambertus Langga, SE.,M.Sc
NIDN. 08 2507 7101

LEMBAR PENGESAHAN

Telah diujikan dan disahkan Oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Flores Untuk Dipertahankan Guna Memperoleh
Sarjana Manajemen Pada:

Hari : Sabtu

Tanggal : 13 Februari 2021



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

Iriany Dewi Soleiman, SE., M.Sc
NIDN. 0826037001



Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

Lambertus Langga, SE., M.Sc
NIDN. 0825077101

Tim Penguji:

- | | | |
|----|---|---------|
| 01 | <u>Dr. Rafael Octavianus Byre, SE., M.Sc</u>
NIDN. 08 2609 7401 | 1. |
| 02 | <u>Yulius Laga, SE., M.Ec.Dev</u>
NIDN. 08 0507 8703 | 2. |
| 03 | <u>Maria Endang Jamu, SE., MM</u>
NIDN. 08 1410 9101 | 3. |
| 04 | <u>Maria Helena Carolinda Dua Mea, S.S., MM</u>
NIDN. 08 3110 8301 | 4. |
| 05 | <u>Lambertus Langga, SE., M.Sc</u>
NIDN. 08 2507 7101 | 5. |



UNIVERSITAS FLORES
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul:

“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN KACAMATA DI OPTIK DIVA ENDE”

Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal, 13 Februari 2021 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan bahwa gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisan aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bilah kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Ende, 13 Februari 2021
Yang Memberi Pernyataan



ANANG HAFIFUDIN MURSALIN
2016411065

MOTTO

**Teruslah belajar, berjuang, bersabar dan berdoa untuk menjadi orang yang
berpendidikan**

(anang)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah saya ucapkan rasa syukur kepada ALLAH SWT karena atas rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dengan kerendahan hati, skripsi ini ku persembahkan kepada :

1. Ayah/ibu, kakak/adik dan seluruh keluarga besarku. Trimakasih atas segala kasih sayang, dukungan dan doa-doanya yang senantiasa selalu dipanjatkan demi keberhasilan dan kesuksesanku.
2. Keluarga besar bapak dr. Johanes Don Bosco Do. Trimakasih telah membantu penulis dalam do'a, motivasi dan biaya untuk mencapai kesuksesan.
3. Mama Endang, Bibi Mira, Bibi Herlin, Adik Vera dan Roslin yang selalu memberikan keceriaan dan menghibur penulis.
4. Teman-teman seperjuangan khususnya : Makarius Leo, Munawar Abubekar, Fuat Moh Kalbuadi, Geradus Rujana, Johanes Lalung serta seluruh teman-teman angkatan 2016 yang telah membantu penulis dalam mencapai kesuksesan.
5. Kepala dan seluruh karyawan/I klinik FEC.
6. Kepala dan karyawan/I Optik Diva Ende.
7. Almamater tercinta Universitas Flores Ende.
8. Karyawan/I selingkup Universitas Flores yang telah melayani penulis dalam bentuk administrasi maupun pelayanan akademik lainnya.

Tiada kata yang terucap selain trimakasih yang sebesar-besarnya karena tanpa dukungan dan bantuannya, penyusun tidak dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT. Atas nikmat yang telah diberikan baik berupa nikmat kesehatan ataupun nikmat kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Kacamata Di Optik Diva Ende”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores.

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan trima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis menyampaikan rasa trimakasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Dr. Simon Sira Padji, MA selaku Rektor Universitas Flores.
2. Ibu Iriyani Dewi Suleiman, SE.,M.,Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Flores.
3. Bapak Lambertus Langga, SE.,M.,Sc selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores.
4. Bapak Lambertus Langga, SE.,M.,Sc selaku pembimbing satu dan Ibu Maria Helena Carolinda Dua Mea, s.s., MM selaku pembimbing dua, yang telah meluangkan waktu, memberikan banyak arahan dan saran dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Bapak/ibu Dosen penguji yang telah memberikan kritikan, koreksi dan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak/ibu Dosen pengampuh mata kuliah di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi.
7. Pegawai Tata Usaha dan Operator Program Studi Manajemen.
8. Pemimpin dan Pegawai di Optik Diva Ende.
9. Seluruh konsumen yang telah meluangkan waktunya untuk sudi mengisi kuesioner yang telah penulis sebar dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu disini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Ende, 13 Februari 2021

Penulis

ABSTRAK

Anang Hafifudin Mursalim, Fakultas Ekonomi, Program Sarjana. Analisis faktor-faktor yang memengaruhi konsumen dalam membeli kaca mata di Optik Diva Ende. Pembimbing I : Lambertus Langga; Pembimbing 2 : Maria Helena Carolinda Dua Mea.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh: (1) Harga terhadap Keputusan pembelian konsumen dalam membeli kaca mata di Optik Diva Ende (2) Kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli kaca mata di Optik Diva Ende. (3) Lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli kaca mata di Optik Diva Ende. dan (4) Promosi terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli kaca mata di Optik Diva Ende. Penelitian ini termasuk penelitian kausalitas dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli kaca mata di Optik Diva Ende berjumlah 100 orang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner sedangkan analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier. Data dikumpulkan dengan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen kaca mata di Optik Diva Ende. dengan nilai beta (β) sebesar 0,417 (2) kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen kaca mata di Optik Diva Ende dengan nilai beta (β) sebesar 0,599 (3) Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen kaca mata di Optik Diva Ende dengan nilai beta (β) sebesar 0,468 dan (4) promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen kaca mata di Optik Diva Ende dengan nilai beta (β) sebesar 0,412.

Kata kunci: *Harga, Kualitas Produk, Lokasi, Promosi, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

Anang Hafifudin Mursalim, Faculty of Economics, Undergraduate Program. Analysis of the factors that influence consumers in buying glasses at Optik Diva Ende. **Advisor 1: Lambertus Langga; Advisor 2: Maria Helena Carolinda Dua Mea.**

This study aims to see the effect of: (1) Price on purchasing decisions for glasses at Optik Diva Ende (2) Product quality on consumer purchasing decisions in buying glasses at Optik Diva Ende. (3) Location of consumer purchasing decisions in buying glasses at Optik Diva Ende. and (4) Promotion of consumer purchasing decisions in buying glasses at Optik Diva Ende. This research includes causality research using a quantitative approach. The sample in this study is 100 consumers who buy glasses at Optik Diva Ende. The data were collected using a questionnaire while the data analysis was carried out using linear regression analysis. The data were collected using a questionnaire that had been tested for validity and reliability. The results of this study indicate that: (1) price has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions for glasses at Optik Diva Ende. with a beta value (β) of 0.417 (2) product quality has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions for glasses at Optik Diva Ende with a beta (β) value of 0.599 (3) Location has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions for glasses at Optics. Optik Diva Ende with a beta value (β) of 0.468 and (4) promotion has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions for glasses at Optik Diva Ende with a beta value (β) of 0.412.

Keywords: *Price, Product Quality, Location, Promotion, Purchase Decision*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Teori pemasaran	7
2.1.2 Teori Keputusan pembelian.....	11
2.1.3 Harga.....	14

2.1.4 Kualitas Produk	17
2.1.5 Lokasi.....	19
2.1.6 Promosi	21
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Hipotesis.....	25
2.4 Kerangka Pemikiran	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Pendekatan Penelitian	28
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
3.3 Definisi Operasional	28
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	29
3.5 Metode Pengumpulan Data	30
3.6 Populasi dan Sampel.....	31
3.6.1 Populasi.....	31
3.6.2 Sampel.....	31
3.7 Analisis Data	33
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	33
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	33
3.7.3 Pengujian Hipotesis dengan Regresi Linier Berganda.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1. Gambaran Umum Responden Penelitian	37
4.1.1. Deskripsi Responden	37
4.2. Uji Instrument Penelitian	40
4.2.1. Uji Validitas	41

4.2.2. Uji Reliabilitas	42
4.2.3. Uji Asumsi Klasik.....	44
4.3. Uji Hipotesis	46
4.3.1. Hipotesis Pertama	46
4.3.2. Hipotesis Kedua.....	47
4.3.3. Hipotesis Ketiga.....	49
4.3.4. Hipotesis Keempat.....	50
4.4. Pembahasan dan Hasil Penelitian	51
4.4.1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kacamata Optik Diva Ende.	51
4.4.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kacamata Optik Diva Ende	52
4.4.3. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kacamata di Optik Diva Ende	53
4.4.4. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kacamata di Optik Diva Ende	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	56
5.1. Kesimpulan.....	56
5.2. Saran	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3.5 Pengukuran Variabel	30
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 4.4 Tabel Uji Validitas dan Realibilitas.....	40
Tabel 4.5 Hasil Uji Linieritas	44
Tabel 4.6 Uji Heterokedastisitas	45
Tabel 4.7 Uji Normalitas Data.....	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Autokorelasi Dengan Test Durbin-Watson.....	46
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	47
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	48
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	49
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Diagram 1.1 Data Penjualan Kacamata Bulan Mei 2019 – April 2020	4
Diagram 4.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Diagram 4.2. Responden Berdasarkan Usia.....	39
Diagram 4.3. Responden Berdasarkan Pekerjaan	40