

ABSTRAKSI

IKKA PRIHATIN NINGSIH . 14.11097

**LOKASI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA
LOGISTIK PT. AMBRA LOGISTIK MANDIRI**

Skripsi .Program Studi Administrasi Bisnis . 2018

Kata kunci: Lokasi, Harga, Keputusan Pembelian

Tujuan dari penelitian ini adalah bertujuan untuk mengetahui lokasi dan harga apakah memiliki hubungan secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian jasa logistik.

Jenis penelitian ini mengenakan jenis kuantitatif, dengan jumlah Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 43 responden pengguna jasa PT. Ambra Logistik Mandiri untuk mewakili jumlah populasi dan mendapat data yang akurat dengan menggunakan *random sampling*, teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa (1)lokasi (X1) mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Artinya, jika tempat lokasi strategis, maka keputusan pembelian jasa logistik meningkat, (2)harga (X2) mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya, jika harga yang di tawarkan murah maka keputusan pembelian akan meningkat. (3)lokasi (X1) dan harga (X2) secara bersama-sama (silmutan) memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT, yang telah memberikan berkat dan rahmat-Nya berupa kekuatan lahir dan batin serta jalan semangat kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi di PT. Ambra Logistik Mandiri dan menyusun laporan ini. Laporan ini dapat diselesaikan dengan baik berkat dukungan serta bantuan baik langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Drs. Iwan Sabatini, M,Si , Selaku Ketua STIA DAN MANAJEMEN KEPELABUHAN Barunawati Surabaya.
2. Juli Prastyorini, S.Sos, MM selaku Ketua Program Studi yang telah memberikan masukan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
3. Drs. Ec. Wulyo, MM, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, Ilmu serta arahan kepada penulis dalam mengerjakan skripsi.
4. Bapak/Ibu Dosen yang telah membekali saya ilmu selama proses belajar mengajar di kampus tercinta “STIA DAN MANAJEMEN KEPELABUHAN Barunawati Surabaya”.
5. Ferdi Hartanto selaku Manager PT. Ambra Logistik Mandiri yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian di perusahaan tersebut.
6. Seluruh karyawan khususnya divisi Administrasi, dan divisi lainnya PT. AMBRA LOGISTIK MANDIRI yang antusias dalam membantu proses kegiatan magang dan penyusunan skripsi .
7. Orang tua tercinta, yang telah memberikan doa, dukungan kepada penulis secara moril maupun materil hingga skripsi ini dapat selesai.
8. Sahabat-sahabatku, Cintya Tirtasari, Ana Dwi Sektia R, Anesya Dika Agustina. Terima kasih atas dorongan semangat dan kebersamaan yang tidak terlupakan.
9. Rizky Adi Priyanto, yang telah membantu dan memberikan semangat setiap harinya dalam penyelesaian skripsi ini.

10. Semua pihak yang tidak dapat ditulis satu persatu yang telah banyak membantu selama menjalani program kuliah kerja nyata ini.

Saya berharap skripsi ini kedepannya dapat bermanfaat bagi mahasiswa STIA DAN MANAJEMEN KEPELABUHAN. Namun saya juga menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karenanya demi kesempurnaan skripsi kedepannya, kritik dan saran sangat kami harapkan. Selebihnya saya mohon maaf apabila ada kata yang kurang berkenan di hati. Akhir kata saya mengucapkan terima kasih.

Surabaya, 16 Juli 2018

Penulis

Ikka Prihatin Ningsih
NPM : 14.11097

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Pembatasan Masalah	4
1.6 Sistematika Penulisan Skripsi	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1 Manajemen Pemasaran	5
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	5
2.2 Positioning.....	5
2.2.1 Pengertian <i>Positioning</i>	5
2.2.2 Tujuan <i>Positioning</i>	6
2.2.3 Prosedur <i>Positioning</i>	6

2.3	Pengertian Lokasi	8
2.3.1	Indikator Lokasi	8
2.4	Pengertian Harga	9
2.4.1	Tujuan Penetapan Harga	10
2.4.2	Indikator Harga	10
2.5	Pengertian Keputusan Pembelian	11
2.5.1	Proses Keputusan Pembelian	11
2.5.2	Indikator Keputusan Pembelian	13
2.6	Jasa Logistik	13
2.7	Hubungan Lokasi dengan Keputusan Pembelian	13
2.8	Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian	14
2.9	Penelitian Terdahulu.....	14
2.10	Kerangka Pemikiran	16
2.11	Hipotesis.....	16
BAB III METODE PENELITIAN		18
3.1	Jenis Penelitian	18
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian	18
3.3	Teknik Pengumpulan Data	19
3.4	Jenis dan Sumber Data	20
3.5	Definisi Operasional Variabel	21
3.6	Teknik Analisis Data	21
3.6.1	Uji Kualitas Data.....	22
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	22
3.6.3	Regresi Linier Berganda	25
3.6.4	Uji t (Parsial).....	26
3.6.5	Uji F (Simultan)	26
3.6.6	Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	26

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Gambaran Umum PT Ambra Logistik Mandiri	28
4.1.1 Sejarah Singkat PT Ambra Logistik Mandiri.....	28
4.1.2 Visi dan Misi PT Ambra Logistik Mandiri.....	28
4.2 Struktur Organisasi, Tugas dan Tanggung jawab PT. Ambra Logistik Mandiri	28
4.2.1 Struktur Organisasi PT. Ambra Logistik Mandiri	28
4.2.2 Tugas dan Tanggung Jawab	29
4.2.3 Aktivitas/ kegiatan PT. Ambra Logistik Mandiri.....	30
4.3 Personalia	31
4.3.1 Rekrutmen	31
4.3.2 Jumlah Karyawan.....	32
4.3.3 Pendidikan Karyawan	32
4.3.4 Jam Kerja	32
4.3.5 Kesejahteraan Karyawan	32
4.4 Karakteristik Responden Penelitian	33
4.4.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	33
4.4.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
4.5 Deskripsi Variabel Penelitian	34
4.5.1 Distribusi frekuensi penelitian responden terhadap lokasi (X1)	34
4.5.2 Distribusi frekuensi penilaian responden terhadap harga (X2).....	35
4.5.3 Distribusi frekuensi penilaian responden terhadap keputusan pembelian (Y)	36
4.6 Analisis Data	38
4.6.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	38
4.7 Uji Asumsi Klasik	41
4.7.1 Uji Normalitas	41
4.7.2 Uji Heteroskedastisitas	43

4.7.3	Uji Multikolinieritas.....	44
4.7.4	Uji Autokorelasi.....	45
4.7.5	Uji Linieritas.....	45
4.8	Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
4.9	Uji Hipotesis.....	47
4.9.1	Uji F (Simultan).....	47
4.9.2	Uji t (Parsial).....	48
4.10	Analisa Koefisien Determinasi Berganda.....	48
4.11	Pembahasan.....	49
4.11.1	Hubungan Lokasi (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	50
4.11.2	Pengaruh Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	50
4.11.3	Pengaruh Lokasi (X1) dan Harga (X2) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y).....	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		52
5.1	Kesimpulan.....	52
5.2	Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....		54
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan PT Ambra Logistik Mandiri	1
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	33
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel Lokasi (X1)	34
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel Harga (X2)	35
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	36
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Uji Validitas Variabel Lokasi (X1)	39
Tabel 4.7 Hasil Penujian Uji Validitas Variabel Harga (X2)	39
Tabel 4.8 Hasil Penujian Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	40
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.10 <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	42
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	44
Tabel 4.12 Uji Autokorelasi	44
Tabel 4.13 Uji Linieritas	45
Tabel 4.12 Regresi Linier Berganda	45
Tabel 4.15 Perhitungan Uji F Pada Taraf Signifikansi 0,05	47
Tabel 4.16 Hasil Perhitungan Uji Koefisiensi R dan R2	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen	11
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	16
Gambar 4.1 Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual	41
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas	42