

**PENGARUH LOKASI, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**

(Survei pada UMKM Puspa Siliwangi Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Oleh :

IHKWAN MUDZAQY

20210510321

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH LOKASI, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Survei Pada UMKM Puspa Siliwangi Kabupaten Kuningan)

Oleh :

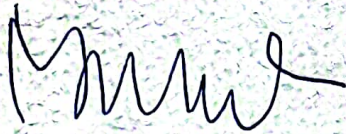
Ihkwan Mudzaqy

NIM : 20210510321

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 03 Oktober 2025 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Susunan Dewan Penguji

Penguji I,



Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M

NIK. 410104930220

Penguji II,



Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M

NIK. 410106910232

Penguji III,



Winda Oktaviani, S.E., M.M.

NIK. 410108880250

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH LOKASI, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN**

(Survei Pada UMKM Puspa Siliwangi Kabupaten Kuningan)

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

Kuningan, November 2025

Pembimbing I,



Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M
NIK. 41038111400

Pembimbing II,



Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.I
NIK. 410104930220

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si.
NIK. 41038971054

Kepala Program Studi Manajemen,



Dr. Rina Masrurah, S.E., M.E.Sy.
NIK. 41038091296

PERNYATAAN OTENTISITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ihkwan Mudzaqy

Nim : 20210510321

Program : S1 Manajemen Universitas Kuningan

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survey pada UMKM Puspa Siliwangi Kabupaten Kuningan)”** beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri dan tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko dan sanksi apabila ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya.

Kuningan, September 2025

Penulis



Ihkwan Mudzaqy
NIM. 20210510321

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Hidup Mulia Atau Mati Syahid”

PERSEMBAHAN :

Dengan segala puji dan rasa syukur atas rahmat dan karunia-Nya, alhamdulillah saya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu dan saya persembahkan skripsi ini untuk kedua orang tua saya yang selalu mendoakan untuk kesuksesan saya hingga saat ini.

ABSTRAK

IHKWAN MUDZAQY. 20210510321. 2025 “PENGARUH LOKASI, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Survei Pada Umkm Puspa Siliwangi Kabupaten Kuningan) Pembimbing I Dr. Dadang Suhardi S.E., M.M. Pembimbing II Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan.

Penelitian ini membahas penurunan pendapatan pedagang setelah di pindahkan ke puspa siliwangi. Bertujuan untuk menganalisis pengaruh Lokasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Puspa Siliwangi. Sampel terdiri dari 96 responden, dengan data dikumpulkan melalui kuisioner online dan dianalisis menggunakan SPSS 26 yang dianalisis melalui regresi linear berganda untuk melihat pengaruh simultan dan parsial variabel lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Hasil hipotesis yang diajukan menunjukkan bahwa (1) Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. (2) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. (3) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. (4) Lokasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Penelitian ini menunjukkan pentingnya meningkatkan faktor Lokasi, Promosi, dan Kualitas pelayanan untuk meningkatkan minat dan keputusan pembelian konsumen secara efektif.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Lokasi, Promosi, Kualitas Pelayanan.

ABSTRACT

IHKWAN MUDZAQY. 20210510321. 2025. “THE INFLUENCE OF LOCATION, PROMOTION, AND SERVICE QUALITY ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS (A Survey on MSMEs Puspa Siliwangi, Kuningan Regency)”. Supervisors : Dr. Dadang Suhardi S.E., M.M. and Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M. Study Program of Management, Faculty of Economics and Business, Kuningan University.

This study discusses the decline in traders' income after being relocated to Puspa Siliwangi. It aims to analyze the influence of Location, Promotion, and Service Quality on consumer purchase decisions at Puspa Siliwangi. The sample consisted of 96 respondents, with data collected through online questionnaires and analyzed using SPSS 26 via multiple linear regression to examine the simultaneous and partial effects of location, promotion, and service quality variables on purchase decisions. The results of the proposed hypotheses show that (1) Location has a positive and significant effect on Consumer Purchase Decisions. (2) Promotion has a positive and significant effect on Consumer Purchase Decisions. (3) Service Quality has a positive and significant effect on Consumer Purchase Decisions. (4) Location, Promotion, and Service Quality simultaneously have a positive effect on Consumer Purchase Decisions. This study indicates the importance of improving the factors of Location, Promotion, and Service Quality to effectively increase consumer interest and purchase decisions.

Keywords: purchase decision, location, promotion, service quality

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT. dengan segala rahmat, nikmat, rezeki dan karunia-Nya. Dan tak lupa sholawat beserta salam semoga tercurah limpah kepada baginda Rasulullah SAW yakni Nabi Muhammad SAW beserta para sahabatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survey pada UMKM Puspa Siliwangi Kabupaten Kuningan)”**

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan. Peneliti menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan dan berpikir peneliti serta keterbatasan waktu dan kesempatan. Namun peneliti berharap skripsi ini akan bermanfaat dan dapat memberikan informasi bagi pihak yang membutuhkan. Dalam menyelesaikan skripsi ini peneliti banyak memperoleh bimbingan dan bantuan serta saran-saran dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung.

Kuningan, September 2025

Penulis

Ihkwan Mudzaqy
20210510321

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan seluruh pengikutnya hingga akhir zaman.

Tugas akhir ini bukan hanya sebuah karya ilmiah, melainkan juga perjalanan panjang yang penuh tantangan, doa, dan dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Bapa (Ukan Sukandar) dan Ibu (Juju Juhaeriah), atas doa yang tiada henti, kasih sayang yang tulus tanpa batas, dan pengorbanannya yang menjadi sumber kekuatan terbesar dalam setiap langkah penulis, dan kedua sodara kandung aa (Ariz Solehuddin) dan teteh (Susinta Safaat) yang selalu memberikan motivasi, semangat dan dukungan moril maupun materil untuk adiknya ini, tidak ada kata yang mampu menggambarkan betapa besar cinta dan kasih sayang kalian, Meskipun ucapan terima kasih tidak akan pernah cukup untuk membalas segala kebaikan dan pengorbanan yang telah kalian curahkan.
2. Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang dengan penuh kesabaran, ketelitian, dan perhatian membimbing penulis dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini, dan telah memberikan banyak masukan

dan informasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

3. Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan dorongan mental, semangat dan kesabaran yang sangat besar, yang telah membimbing penulis sejak awal hingga saat proses penyusunan skripsi ini, dan telah memberikan banyak masukan kepada penulis serta memberi banyak informasi dalam penyusunan skripsi ini.
4. Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.,E M.Si selaku Rektor Universitas Kuningan yang telah memberikan kesempatan kepada penulis, untuk menimba ilmu pengetahuan di Universitas ini.
5. Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah membimbing selama masa perkuliahan.
6. Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Kuningan yang telah mengajarkan banyak hal, memberikan arahan dan motivasi selama masa perkuliahan.
7. Bapak/Ibu Dosen dan seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan pemahaman dan kebersamaan selama perkuliahan.
8. Rasya Adinda Ghifari yang telah menjadi bagian penting juga dalam perjalanan ini, yang selalu bangga dan memberikan support dalam situasi apapun dan menjadi tempat pulang yang selalu memberikan ketenangan. Semoga setiap ketulusanmu dibalas dengan kebahagiaan yang berlipat ganda. Dan semoga perjalanan ini menjadi awal dari kisah panjang yang akan terus kita rangkai bersama, dalam suka maupun duka, hingga tujuan-tujuan besar

berikutnya dapat kita capai berdua

9. Keluarga Himpunan Mahasiswa Manajemen 2023 yang telah memberikan pembelajaran organisasi dengan kekeluargaan yang begitu erat selama satu periode.
10. Keluarga Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis 2024 yang telah memberikan banyak pembelajaran dan telah kebersamai perjalanan satu periode yang menarik dan penuh warna.
11. Keluarga besar Manajemen 05 dan keluarga besar Manajemen angkatan 21 yang telah memberikan banyak kenangan selama masa perkuliahan.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
PERNYATAAN OTENTISITAS	
ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR GRAFIK	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis:.....	9
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11

2.1.1	Pengertian Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.3	Keputusan Pembelian.....	14
2.1.4	Proses Keputusan Pembelian	16
2.1.5	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi	18
2.1.6	Indikator Keputusan Pembelian	21
2.1.7	Dimensi Keputusan Pembelian	22
2.2	Lokasi.....	23
2.1	Pengertian Lokasi.....	23
2.2	Fungsi Lokasi	24
2.3	Pemilihan Lokasi.....	25
2.4	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Lokasi.....	26
2.5	Indikator Lokasi	28
2.6	Dimensi Lokasi	28
2.3	Promosi	29
2.3.1	Pengertian Promosi	29
2.3.2	Tujuan.....	30
2.3.3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Promosi	30
2.3.4	Indikator Promosi.....	31
2.4	Kualitas pelayanan.....	32
2.4.1	Pengertian Kualitas pelayanan	32
2.4.2	Manfaat Kualitas pelayanan	33
2.4.3	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas pelayanan.....	34
2.4.4	Indikator Kualitas pelayanan.....	34

2.5	Penelitian Terdahulu	35
2.6	Hubungan Antar Variabel.....	38
2.6.1	Hubungan Variabel Lokasi, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Dengan Keputusan Pembelian	38
2.6.2	Hubungan Variabel Lokasi Dengan Keputusan Pembelian	39
2.6.3	Hubungan Variabel Promosion Dengan Keputusan Pembelian.....	39
2.6.4	Hubungan Variabel Kualitas pelayanan Dengan Keputusan Pembelian	40
2.7	Kerangka Berpikir.....	40
2.8	Hipotesis	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		43
3.1	Metode Penelitian	43
3.2	Definisi Operasional Variabel	44
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	46
3.3.1	Populasi	46
3.3.2	Sampel.....	46
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	48
3.4.1	Jenis Data	48
3.4.2	Sumber Data.....	48
3.5	Uji Instrumen	49
3.6.1	Uji Validitas	49
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	50
3.6	Teknik Analisa Data	50
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	50

3.7.2	Uji Asumsi Klasik	52
3.7.3	Analisis Linear Berganda	53
3.7.4	Koefisien Determinasi (R ²)	54
3.7	Uji Hipotesis	56
3.8.1	Uji t.....	56
3.8.2	Uji F.....	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		58
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	58
4.2	Hasil penelitian	58
4.1.1	Gambaran Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.1.2	Gambaran Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	59
4.3	Uji Instrumen	59
4.2.1	Uji Validitas	59
4.2.2	Uji Reabilitas.....	62
4.4	Teknik Analisa Data	64
4.3.1	Analisis Deskriptif Responden.....	64
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	73
4.3.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	75
4.3.4	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	77
4.5	Uji Hipotesis	77
4.4.1	Uji t (Uji Parsial).....	77
4.4.2	Uji F (Uji Simultan)	79
4.6	Pembahasan	80

4.5.1	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	80
4.5.2	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	82
4.5.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	84
4.5.4	Pengaruh Lokasi, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		89
5.1	Kesimpulan	89
5.2	Saran	90
DAFTAR PUSTAKA		91

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pra-Survei Terhadap Konsumen.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1 Definisi Operasional	45
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Umur.....	59
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	59
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X1)	60
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X2).....	61
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3).....	61
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	62
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X1).....	62
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X2)	63
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3).....	63
Tabel 4. 11 Deskriptif Statistik Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	64
Tabel 4. 12 Analisis Deskriptif Variabel Lokasi (X1)	66
Tabel 4. 13 Analisis Deskriptif Variabel Promosi (X2).....	68
Tabel 4. 14 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X3)	71
Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas Data.....	73
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	74
Tabel 4. 17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	75
Tabel 4. 18 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	75
Tabel 4. 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi	77
Tabel 4. 20 Hasil Uji Parsial (t)	78
Tabel 4. 21 Hasil Uji Simultan (F).....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Proses Keputusan Pembelian	16
Gambar 2. 3 Paradigma Penelitian.....	41
Gambar 4. 1 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	66
Gambar 4. 2 Deskriptif Variabel Lokasi (X1)	68
Gambar 4. 3 Deskriptif Variabel Promosi (X2).....	70
Gambar 4. 4 Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X3).....	73

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Perkembangan Jumlah UMKM Di Indonesia.....	2
---	---

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Surat Pengantar Bimbingan Skripsi	xcviii
Lampiran II Berita Acara Bimbingan Skripsi	xcix
Lampiran III Kuisisioner Penelitian	c
Lampiran IV Jawaban Kuisisioner	cvii
Lampiran V Output Uji Validitas.....	cxix
Lampiran VI Output Uji Reliabilitas	cxxv
Lampiran VII Tabel Uji t (taraf signifikansi 0,05).....	cxxvii
Lampiran VIII Tabel Uji F (taraf signifikansi 0,05)	cxxviii
Lampiran IX Daftar Riwayat Hidup	cxixi