

**HUBUNGAN ANTARA LOKASI DAN PROMOSI DENGAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN 7-ELEVEN JALAN PEMUDA
PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA
NIAGA DI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**SITI RODIAH
8135134101**



*Building
Future
Leaders*

**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2017**

***THE CORRELATION BETWEEN LOCATION AND
PROMOTION WITH PURCHASE DECISION 7-ELEVEN JALAN
PEMUDA IN THE STUDY PROGRAM OF COMMERCE
EDUCATION STUDENT IN STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

**SITI RODIAH
8135134101**



*Building
Future
Leaders*

**This Thesis is Organized As One of The Requirements For Obtaining
Bachelor of Education at Faculty of Economics State University of Jakarta**

**STUDY PROGRAM OF COMMERCE EDUCATION
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2017**

ABSTRAK

SITI RODIAH. Hubungan Antara Lokasi Dan Promosi Dengan Keputusan Pembelian *7-Eleven* Jalan Pemuda Pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi, ilmu dan pengetahuan mengenai hubungan antara lokasi dan promosi dengan keputusan pembelian *7-Eleven* Jalan Pemuda Pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Penelitian ini dilakukan di Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Penelitian ini dilakukan terhitung sejak Maret 2017 sampai Juni 2017, dengan metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey* dengan pendekatan Korelasional, yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Purposive sampling* sebanyak 84 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan untuk variabel lokasi (variabel X1) adalah $\hat{Y} = 16,04 + 0,93X1$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas galat taksiran regresi Y atas X1 dengan uji *Liliefors* menghasilkan $L_{hitung} = 0,0748$, sedangkan L_{tabel} untuk $n = 84$ pada taraf signifikan 0.05 adalah $= 0,0967$. Karena $L_{hitung} < L_{tabel}$ maka galat taksiran Y atas X1 berdistribusi normal. Uji Linieritas regresi menghasilkan $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu $0,81 < 1,69$, sehingga disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut linear. Dari uji keberartian regresi menghasilkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu, $74,60 > 3,96$, sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut signifikan. Koefisien korelasi *Product Moment* dari *Pearson* menghasilkan $r_{xy} = 0,690$, selanjutnya dilakukan uji keberartian koefisien korelasi dengan menggunakan uji t dan dihasilkan $t_{hitung} = 8,637$ dan $t_{tabel} = 1,663$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi $r_{xy} = 0,690$ adalah signifikan. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,4764 yang menunjukkan bahwa 47,64% variabel Keputusan Pembelian ditentukan oleh lokasi.

Selanjutnya, persamaan regresi dihasilkan untuk variabel promosi (variabel X2) adalah $\hat{Y} = 35,58 + 0,64X2$. dengan uji *Liliefors* menghasilkan $L_{hitung} = 0,0574$, sedangkan L_{tabel} untuk $n = 84$ pada taraf signifikan 0.05 adalah $= 0,0967$. Karena $L_{hitung} < L_{tabel}$ maka galat taksiran Y atas X2 berdistribusi normal. Uji Linieritas regresi menghasilkan $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu $1,60 < 1,77$, disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut linear. Dari uji keberartian regresi menghasilkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu, $35,93 > 3,96$, dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut signifikan. Koefisien korelasi *Product Moment* dari *Pearson* menghasilkan $r_{xy} = 0,554$, selanjutnya dilakukan uji keberartian koefisien korelasi dengan menggunakan uji t dihasilkan $t_{hitung} = 5,994$ dan $t_{tabel} = 1,663$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi $r_{xy} = 0,554$ adalah signifikan. Koefisien determinasi diperoleh sebesar 0,3073 menunjukkan bahwa 30,73% variabel Keputusan Pembelian ditentukan oleh promosi.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Lokasi, Promosi

ABSTRACT

SITI RODIAH. *The Correlation Between Location And Promotion With Purchase Decision 7-Eleven Jalan Pemuda In The Commerce Education Student In State University Of Jakarta.*

This study is aimed at obtaining information and knowledge about influence of Correlation Between Location And Promotion With Purchase Decision 7-Eleven Jalan Pemuda In The Commerce Education Student In State University Of Jakarta. This research was conducted in The Study Program Of Commerce Education Student In State University Of Jakarta. This resaerch since March until June 2017. The research method used is survey method with the correlational approach, population used are all student In The Study Program Of Commerce Education Student In State University Of Jakarta. The sampling technique used technique of Purposive sampling as many as 84 people. The resulting regression equation for location variable (Variable X1) is $\hat{Y} = 16,04 + 0,93 X1$. Test requirements analysis that estimates the error normality test regression of Y on X1 with test Liliefors produce $L_{count} = 0,0748$, while table or $n = 84$ at 0,05 significant level is 0,0967. Because $L_{count} < L_{table}$ the estimated error of Y over X1 normally distribution. Testing Linearity of regression produces $F_{count} < F_{table}$ is $0,81 < 1,69$, so it is concluded that the linear equation regression. Hypothesis testing from the significance regression produces $F_{count} > F_{table}$ which, $35,93 > 3,96$, meaning that the regression equation is significant. Correlation coefficient of Pearson Product Moment generating $r_{xy} = 0,690$, then performed the test significance correlation coefficient using t test and the resulting $t_{count} > t_{table}$, $t_{count} = 8,637$ and $t_{table} = 1,663$. It can conclude that the correlation coefficient $r_{xy} = 0,690$ is significant. The coefficient of determination obtain for is 0,4764 which show that 47,64% of the variant of Customer Buying Decision is determined by location.

The resulting regression equation for promotion variable (Variable X2) is $\hat{Y} = 35,58 + 0,64X2$. Test requirements analysis that estimates the error normality test regression of Y on X2 with test Liliefors produce $L_{count} = 0,0959$, while table or $n = 84$ at 0,05 significant level is 0,0967. Because $L_{count} < L_{table}$ the estimated error of Y over X1 normally distribution. Testing Linearity of regression produces $F_{count} < F_{table}$ is $1,60 < 1,77$, so it is concluded that the linear equation regression. Hypothesis testing from the significance regression produces $F_{count} > F_{table}$ which, $35,93 > 3,96$, meaning that the regression equation is significant. Correlation coefficient of Pearson Product Moment generating $r_{xy} = 0,554$, then performed the test significance correlation coefficient using t test and the resulting $t_{count} > t_{table}$, $t_{count} = 5,994$ and $t_{table} = 1,663$. It can conclude that the correlation coefficient $r_{xy} = 0,554$ is significant. The coefficient of determination obtain for is 0,3073 which show that 30,73% of the variant of Customer Buying Decision is determined by promotion.

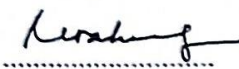


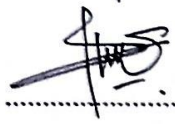

Keywords : *Purchase Decision, Location, Promotion*

LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus
NIP. 196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dra. Nurahma Hajat, M.Si</u> NIP. 195310021985032001	Ketua Penguji		08 JUNI 2017
2. <u>Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si</u> NIP. 196610302000121001	Penguji Ahli		08 JUNI 2017
3. <u>Dra. Rochyati, M.Pd</u> NIP. 195404031985032002	Sekretaris		08 JUNI 2017
4. <u>Dr. Corry Yohana, MM</u> NIP. 195909181985032011	Pembimbing I		08 JUNI 2017
5. <u>Ryna Parlyna, MBA</u> NIP. 19770111200812203	Pembimbing II		08 JUNI 2017

Tanggal Lulus: ...08...JUNI...2017

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini juga belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 07 Juni 2017
Yang membuat pernyataan



Siti Rodiah
No. Reg. 8135134101

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

Perhatikan, Pelajari Lalu Amalkan.

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

*Kedua Orang Tua yang telah memberikan dukungan dalam
segala hal baik secara moril*

maupun materi yang menopang saya selama berkuliah,

*Atas doa, semangat dan dukungan Serta beasiswa dari PPA
yang telah memberikan kesempatan saya untuk menempuh*

Jenjang pendidikan di perguruan tinggi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan Antara Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *7-Eleven* Jalan Pemuda Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Di Universitas Negeri Jakarta”

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Corry Yohana, MM selaku koordinator Pendidikan Tata Niaga dan dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan, semangat, saran dan membimbing saya.
2. Ryna Parlyna, MBA selaku dosen pembimbing II yang memberikan bimbingan, saran dan semangat dalam membimbing saya dengan sabar dan selalu membuat saya tenang saat bimbingan.
3. Dr. Dedi Purwana, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

4. Usep Suhud, Ph.D. selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dan memperhatikan kelancaran kuliah saya sejak semester awal perkuliahan hingga semester ini.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang telah berbagi ilmu dan pengalamannya.
6. Kedua orang tua, Ibu Munah dan Bapak Johan, kakak Muhammad Wahyudi dan adik Ahmad Qois Ramdhani yang selalu memberikan dukungan baik berupa materil maupun moril.
7. Teman-teman satu bimbingan dan Teman-Teman Pendidikan Tata Niaga 2013 khususnya Nur Fajri Jamilah, Choirunnisa, Dyah Ayu Puspita, Dzaqiyah Tsabatulloh dan Astari Ramdhaniana Rahayu yang telah setia menemani dan memberikan segalanya selama perkuliahan.

Peneliti menyadari sepenuhnya dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, saran, kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan.

Jakarta, 07 Juni 2017



Siti Rodiah