

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Keragaman Produk, Harga, Tempat, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Holland Mart Durenan” ini ditulis oleh Nashatul Mustafidah, Jurusan Ekonomi Syariah, NIM 17402163074, Pembimbing Elok Fitriani Rafikasari, M.Si.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh dunia bisnis yang semakin berkembang dengan didorong oleh pola berbelanja yang semakin selektif dan tingkat kebutuhan masyarakat yang meningkat, maka pelaku bisnis mulai bermunculan untuk mendirikan usahanya. Tingkat pertumbuhan bisnis dapat mengakibatkan persaingan yang semakin ketat, sehingga perusahaan harus menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat bertahan dan memenangkan persaingan pasar. Pemasaran sangat berperan penting dalam keberhasilan suatu usaha bisnis dan kegiatan bisnis harus berorientasi ke pasar atau konsumen. Pemasaran sebagai sarana untuk mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian untuk mendapatkan keuntungan. Salah satunya adalah usaha bisnis dalam lingkup perdagangan barang secara *retail* seperti Mini Market.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan antara variabel keragaman produk, harga, tempat, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Holland Mart di Desa Ngadisuko Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *non probability sampling*. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah berkunjung di Holland Mart. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 responden. Data kuesioner dianalisis dengan menggunakan aplikasi SPSS 21 dan teknik analisis data dengan menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik dan uji analisis regresi linier berganda serta pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t, uji f, serta uji *R-Square*.

Hasil uji t dan uji f menunjukkan bahwa pertama, keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kedua, harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Ketiga, tempat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Keempat, promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kelima, kualitas pelayanan berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian. Keenam, keragaman produk, harga, tempat, promosi, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Keragaman Produk, Harga, Tempat, Promosi, Kualitas Pelayanan. Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Thesis entitled “The Effect of Product Diversity, Price, Place, Promotion, and Service Quality on Consumer Purchase Decisions at Holland Mart Durenan” was written by Nashatul Mustafidah, Department of Sharia Economics, NIM 17402163074, Advisor: Elok Fitriani Rafikasari, M.Si.

This research is motivated by the growing business world supported by increasingly selective shopping patterns and the increasing level of community needs, so business people have started to emerge to set up their businesses. The level of business growth can result in increasingly fierce competition, so companies must determine the right marketing strategy to survive and win market competition. Marketing an important role in the success of a business venture and business activities must be oriented to market or consumer. Marketing as a means of influencing consumers in making purchases for gets profit. One of them is a business venture within the scope of *retail* goods trading such as Mini Market.

The purpose of this study was to determine the effect partially and simultaneously between the variables of product diversity, price, place, promotion, and service quality on consumer purchasing decisions at Holland Mart in Ngadisuko Village, Durenan District, Trenggalek Regency. This study used a quantitative approach and the technique used in sampling was *non-probability sampling*. The population of this research was all consumers who have visited Holland Mart. The number of samples used in this study was 96 respondents. The questionnaire data were analyzed using the SPSS 21 application and data analysis techniques using validity test, reliability test, classical assumption test and multiple linear regression analysis and hypothesis testing using the T test, F test, and *R-Square* test.

The results of the T test and F test showed that (1) Product diversity has a significant effect on purchasing decisions, (2) Price has a significant effect on purchasing decisions, (3) Place has a significant effect on purchasing decisions, (4) Promotion has no significant effect on purchasing decisions, (5) Service quality has a significant negative effect on purchasing decisions, (6) Product diversity, price, place, promotion, and service quality collectively have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Product Diversity, Price, Place, Promotion, Service Quality on Customer Purchase Decisions.