

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dengan pesatnya perkembangan teknologi dan globalisasi, perkembangan bisnis menjadi semakin cepat. Hal ini menyebabkan pertumbuhan pasar yang dinamis. Akibatnya, persaingan dalam dunia bisnis menjadi semakin kompetitif. Persaingan tidak hanya terjadi di skala global, tetapi juga merambah ke ranah bisnis lokal. Karena banyaknya pesaing atau kompetitor, pengusaha membutuhkan strategi yang tepat agar bertahan dalam persaingan yang ketat dan bisa mengalahkan kompetitornya. Hal ini menjadi semakin penting mengingat masyarakat sekarang yang cenderung lebih selektif dalam membeli produk. Di tengah gempuran perubahan dan perkembangan lingkungan bisnis ini, bisnis ritel memiliki peran utama dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehari-hari. Keberhasilan dalam industri ritel tidak hanya bergantung pada berbagai pilihan produk yang ditawarkan, tetapi juga pada kemampuan pengelolaan manajemen strategi pemasaran, operasional, dan pengalaman konsumen.

Industri ritel merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen sehari-hari. Di Desa Dono, Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung, toko-toko ritel memainkan peran dalam mempertahankan keberlangsungan ekonomi lokal. Toko DO RE

MI adalah salah satu dari sedikit toko ritel yang menawarkan berbagai macam produk di kawasan ini. Namun, dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Dalam bisnis ritel, membuat konsumen memutuskan membeli produk ritel merupakan suatu hal yang penting dalam bisnisnya. Hal tersebut menyebabkan pelaku bisnis ritel terus-menerus berpikir dalam menerapkan strategi untuk menambah tingkat minat beli konsumen. Pengertian keputusan pembelian sendiri adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantarnya.<sup>2</sup> Swasta dan Irawan dalam Sinambow, mengemukakan keputusan konsumen adalah motif atau dorongan yang timbul terhadap sesuatu dimana pembeli melakukan pembelian disebabkan adanya kebutuhan dan keinginan.<sup>3</sup> Dengan manajemen bisnis ritel yang baik, penerapan strategi memikat konsumen untuk membeli produk sangat penting. Bila keputusan pembelian yang dilakukan konsumen terus meningkat, maka bisnis ritel dapat dengan mudah mencapai tujuannya.

Untuk dapat membuat konsumen berminat membeli produk, tak lepas dari beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen. Faktor tersebut menurut para ahli sebagai berikut. Kotler, menyebutkan bahwa perilaku

---

<sup>2</sup>Setiadi Nugroho. *Perilaku Konsumen*, Edisi 1. (Jakarta: Kencana, 2013) hal. 415

<sup>3</sup> Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7. Hal. 883

konsumen antara lain dipengaruhi oleh faktor budaya, faktor-faktor sosial, faktor-faktor pribadi, dan faktor psikologis. Widjaja, lebih spesifik menyatakan bahwa faktor pendorong kesuksesan ritel modern skala besar antara lain adalah pilihan lokasi yang tepat, dukungan teknologi sistem informasi, harga murah, maupun kelengkapan produk.<sup>4</sup> Dengan begitu, pelaku bisnis ritel hendaknya memperhatikan faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen agar toko mereka bisa mengungguli kompetitornya.

Dalam penelitian ini peneliti akan membahas apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Toko DO RE MI Desa Dono Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung. Faktor pertama yang peneliti duga mempengaruhi minat beli konsumen adalah lokasi. Lokasi adalah tempat dimana melayani pelanggan, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya.<sup>5</sup> Faktor lokasi merupakan salah satu faktor penting yang harus diketahui para pelaku bisnis ritel karena yang menjadi pertimbangan utama adalah lokasi.

Faktor lokasi berperan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian terhadap konsumen karena lokasi merupakan titik pertemuan fisik antara penjual dan konsumen. Ketersediaan dan aksesibilitas suatu toko menjadi faktor utama yang dipertimbangkan oleh konsumen saat memilih tempat untuk berbelanja. Sebagai contoh, sebuah swalayan yang terletak di sekitar area

---

<sup>4</sup> Budiningtyas, F. S., Purwadi, D., & Mardalis, A, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen pada Minimarket" *DAYA SAING Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya* Vol. 11, No. 2, Desember 2010 Hal, 89

<sup>5</sup> Kasmir, *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*, (Jakarta: CAPS, 2006), Hal. 129

permukiman yang padat penduduk memiliki keunggulan aksesibilitas yang lebih baik daripada yang terletak jauh dari permukiman. Konsumen cenderung memilih toko yang mudah dijangkau dan tidak memakan waktu atau tenaga berlebih untuk sampai ke toko. Selain itu, lokasi juga mencerminkan citra dan reputasi dari suatu bisnis. Sebuah toko yang terletak di lokasi strategis seringkali dianggap lebih profesional dan dapat dipercaya oleh konsumen. Oleh karena itu, keputusan strategis dalam memilih lokasi toko tidak hanya berpengaruh pada kemudahan konsumen dalam mengakses ke toko, tetapi juga mencakup persepsi dan kepercayaan konsumen terhadap bisnis tersebut. Dengan memahami pentingnya faktor lokasi, pelaku bisnis ritel dapat memaksimalkan potensi pasar. Dengan pemilihan lokasi ritel yang strategis juga dapat menjadi keunggulan untuk bersaing dengan kompetitor.

Faktor kedua yang peneliti duga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah kelengkapan produk. Menurut Utami, kelengkapan produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas produk yang di tawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat ditoko. Penyediaan kelengkapan produk (*product assortment*) yang baik tidak hanya akan menarik minat tetapi dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk berbelanja.<sup>6</sup> Dengan semakin lengkap produk yang ditawarkan pelaku bisnis ritel dapat membuat konsumen semakin tertarik untuk berbelanja.

---

<sup>6</sup> Arianto, N., & Patilaya, E. "Pengaruh Kualitas Produk dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Salt n Pepper Pada PT Mitra Busana Sentosa Bintaro". *KREATIF: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, , 6(2), 2018, Hal, 147

Dengan menyediakan beragam produk berkualitas, pelaku bisnis ritel dapat membangun reputasi sebagai tujuan belanja yang dapat diandalkan dan memenuhi harapan konsumen. Konsumen akan merasa lebih puas dan terjamin dengan adanya pilihan yang lengkap dan bervariasi. Selain itu, kelengkapan produk juga memberikan keunggulan kompetitif bagi sebuah toko, karena mampu menarik segmen pasar yang lebih luas. Sebagai contoh, toko yang mampu menyediakan produk-produk unggulan atau langka memiliki potensi untuk menarik konsumen yang mencari barang khusus.

Oleh karena itu, penting bagi pemilik bisnis ritel untuk memahami dan memperhatikan faktor kelengkapan produk dalam strategi pemasaran mereka. Dengan menyediakan pilihan yang memadai dan berkualitas, toko dapat membangun loyalitas konsumen dan memastikan bahwa mereka menjadi tujuan utama dalam memenuhi kebutuhan konsumen sehari-hari

Faktor selanjutnya yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah harga. Menurut Marius, mendefinisikan harga merupakan jumlah uang yang harus konsumen bayarkan untuk mendapatkan suatu produk. Harga merupakan variabel dari program bauran pemasaran yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.<sup>7</sup> Menurut Simamora, pengertian harga adalah sejumlah nilai yang dipertukarkan untuk memperoleh suatu produk.<sup>8</sup> Menurut pengetahuan para ahli di atas dapat diartikan bahwa harga

---

<sup>7</sup> Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2012) Hal, 24

<sup>8</sup> Bilson Sinamora, *Memenangkan Pasar : Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, (PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001) Hal,31

adalah jumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk memperoleh suatu produk atau jasa.

Dalam bisnis ritel, harga adalah faktor yang mendominasi dinamika pasar. Terdapat berbagai faktor ekonomi yang memengaruhi harga ritel, termasuk kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM) pada akhir-akhir ini, fluktuasi nilai tukar mata uang, perubahan dalam biaya produksi, serta permintaan dan penawaran di pasar. Hal-hal tersebut memicu gelombang efek pada rantai pasokan, termasuk biaya logistik yang signifikan. Produsen-produsen terkadang terpaksa menyesuaikan harga produk mereka atau mengurangi porsi produk dengan harga tetap guna menanggulangi peningkatan biaya operasional. Dampaknya, kenaikan harga tersebut tak terhindarkan dan akan tercermin pada harga produk di tingkat ritel. Oleh karena itu, para pelaku bisnis ritel harus mempertimbangkan dengan cermat strategi penetapan harga untuk mempertahankan keseimbangan antara keuntungan dan daya beli konsumen. Mereka perlu memastikan bahwa konsumen merasakan nilai yang sepadan dengan harga yang dibayarkan. Keseimbangan ini penting untuk menjaga loyalitas konsumen dan menjadikan toko mereka sebagai pilihan utama bagi kebutuhan belanja.

Penelitian ini berlokasi di Toko DO RE MI yang bertempat di Dusun Dono Desa Dono Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung. Toko tersebut bertempat di timur Balai Desa Dono. Toko DO RE MI berdiri sejak tahun 2011 dan pada tahun 2021 dikelola oleh Bu Isqtiqomah, Bapak Moh. Nasrullah, dan Bapak Malik sampai dengan sekarang. Toko swalayan tersebut menyediakan

berbagai macam produk, mulai dari kebutuhan pokok, camilan, kosmetik, perlengkapan dapur, perlengkapan mandi dan lain-lain. Beragam produk yang ditawarkan oleh Toko DO RE MI membuat konsumen banyak yang membeli kebutuhan mereka ke toko ini. Namun sejak muncul toko baru di sekitar membuat persaingan bisnis semakin ketat. Berikut ini pemaparan informasi mengenai jumlah pendapatan pada Toko DO RE MI pada tahun 2018 sampai dengan 2022.

**Tabel 1.1 Data Penjualan Toko DO RE MI Desa Dono Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung Tahun 2018-2022**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Pendapatan</b>
2018	2.994.064.000
2019	3.073.830.000
2020	2.445.685.000
2021	3.284.984.000
2022	3.372.655.000

Sumber: Toko DO RE MI (2022)

Dilihat dari tabel 1.1 diatas diketahui bahwa pendapatan tahunan yang diperoleh Toko Do Re Mi mengalami naik turun. Toko Do Re Mi mengalami peningkatan pada tahun 2019 tetapi mengalami penurunan pada tahun 2020 akibat virus Covid-19 memasuki Indonesia yang berdampak daya beli masyarakat Indonesia menurun pada waktu itu. Pendapatan masyarakat yang menurun menurut Raden, indikator pendapatan masyarakat menurun itu antara lain penurunan perdagangan industri ritel, penurunan produksi usaha,

penurunan nilai tukar petan, dan penurunan pendapatan pekerja.<sup>9</sup> Pada tahun 2021 dan seterusnya pendapatan tahunana Toko DO RE MI mengalami peningkatan.

Peneliti tertarik dalam meneliti variabel lokasi, kelengkapan produk, dan harga pada Toko DO RE MI Desa Dono Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung. Topik ini menarik menurut peneliti karena sudah banyak bisnis ritel khususnya ritel moderen seperti minimarket atau swalayan yang sudah menjamur hingga pelosok desa. Kenyataan bahwa bisnis ritel telah menyebar hingga pelosok desa menandakan peran yang semakin penting dari toko-toko lokal dalam mendukung ekonomi lokal. Toko-toko seperti minimarket atau swalayan tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi komersial, tetapi juga menciptakan lapangan kerja dan berkontribusi pada dinamika ekonomi mikro di desa-desa.

Lokasi Toko DO RE MI dapat dianggap sebagai yang paling luas di Desa Dono, Kecamatan Sendang, dengan total lahan mencapai 740m<sup>2</sup>. Kelebihan luas ini tidak hanya terbatas pada area dalam toko, tetapi juga mencakup area luar yang difungsikan sebagai tempat parkir yang luas. Secara keseluruhan, ruang yang tersedia di luar dan di dalam toko menciptakan atmosfer yang nyaman dan luas bagi pelanggan.

---

<sup>9</sup> Djumena, Erlangga, "Dampak Pandemi Covid-19, Pemerintah Akui Daya Beli Masyarakat Melemah", kompas.com, 6 Oktober 2020, (<https://money.kompas.com/read/2020/10/06/050800026/dampak-pandemi-covid-19-pemerintah-akui-daya-beli-masyarakat-melemah>)



Di dalam toko, keberagaman produk yang ditawarkan oleh Toko DO RE MI merupakan salah satu keunggulan yang signifikan. Toko ini tidak hanya menyediakan produk kebutuhan sehari-hari, tetapi juga menawarkan berbagai macam barang untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan berbagai jenis barang, sehingga konsumen dapat menemukan semua yang mereka butuhkan di Toko DO RE MI. Kecukupan dan keragaman produk yang tersedia di toko ini menciptakan pengalaman berbelanja yang memuaskan bagi pelanggan, memastikan bahwa mereka dapat memperoleh semua yang mereka butuhkan dengan mudah.

Kebijakan harga yang diterapkan oleh Toko DO RE MI juga dapat dianggap sebagai salah satu kekuatan utamanya. Harga-harga yang ditawarkan relatif bersaing jika dibandingkan dengan toko-toko pesaing di sekitarnya. Hal ini tidak hanya memberikan keuntungan bagi konsumen yang mencari nilai terbaik untuk uang mereka, tetapi juga menciptakan daya tarik tersendiri bagi pelanggan yang memperhitungkan faktor ekonomis dalam keputusan pembelian mereka.

Dengan kombinasi luasnya lokasi, kelengkapan produk, dan kebijakan harga yang bersaing, Toko DO RE MI menjadi destinasi belanja yang menarik bagi warga di sekitar Desa Dono. Dalam konteks persaingan pasar, keunggulan-keunggulan ini menjadi elemen-elemen kunci yang mendukung keputusan pembelian konsumen di Toko DO RE MI.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis mengangkat judul penelitian dengan judul **“Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko DO RE MI Desa Dono Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Dari uraian latar belakang yang telah disampaikan di atas, peneliti dapat mengidentifikasi kemungkinan yang akan muncul pada penelitian. Hal ini agar pembahasannya lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang akan dicapai yaitu mengenai pengaruh lokasi, kelengkapan produk, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Do Re Mi Desa Dono Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung. Identifikasi masalah pada penelitian ini, adalah:

1. Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen.
3. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen.
4. Pengaruh lokasi, kelengkapan produk, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.

## **C. Rumusan Masalah**

Dari beberapa uraian yang penulis kemukakan pada bagian latar belakang tersebut, maka peneliti dapat merumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Apakah variabel lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko DO RE MI Desa Dono Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung?

2. Apakah variabel kelengkapan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko DO RE MI Desa Dono Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung?
3. Apakah variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko DO RE MI Desa Dono Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung?
4. Apakah variabel lokasi, kelengkapan produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko DO RE MI Desa Dono Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh variabel lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko DO RE MI Desa Dono Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung.
2. Untuk menguji pengaruh variabel kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko DO RE MI Desa Dono Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung.
3. Untuk menguji pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko DO RE MI Desa Dono Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung.

4. Untuk menguji pengaruh lokasi, kelengkapan produk, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko DO RE MI Desa Dono Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Dalam sebuah penelitian pasti terdapat manfaat atau kegunaan yang baik bagi objek, penelitian, dan seluruh komponen yang bersangkutan dengan penelitian.

Kegunaan penelitian ini mencakup 2 hal:

##### **1. Secara teoristis**

Kegunaan penelitian secara teoristis keilmuan ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang mengenai lokasi, kelengkapan produk, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.

##### **2. Secara Praktis**

###### **a. Bagi lembaga yang diteliti**

Dari hasil penelitian ini dapat memberi masukan dalam upaya meningkatkan keputusan beli konsumen untuk bersaing dengan usaha ritel lainnya, sehingga dapat mencapai tujuan yang diharapkan.

###### **b. Bagi pihak akademik**

Dari hasil penelitian ini dapat memberikan tambahan kepustakaan di bidang keilmuan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

###### **c. Bagi peneliti selanjutnya**

Dari hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan acuan atau referensi terhadap penelitian selanjutnya. Selain itu, sebagai penambahan pengetahuan terhadap pihak-pihak yang terkait terhadap masalah yang di bahas.

## **F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian**

### **1. Ruang Lingkup Penelitian**

Banyak komponen yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Namun dalam penelitian ini hanya mengambil tiga faktor yang digunakan dalam pertimbangan penelitian ini. Ruang lingkup yang diteliti dalam penelitian ini yaitu lokasi, kelengkapan produk, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Do Re Mi Desa Dono Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung. Dengan menggunakan variabel bebasnya antarlain lokasi, kelengkapan produk, dan harga sedangkan untuk variabel terkaitnya keputusan pembelian konsumen.

### **2. Keterbatasan Penelitian**

Mengingat banyak perkembangan yang bisa ditemukan dalam permasalahan ini, maka penulis membuat batasan-batasan masalah yang jelas mengenai apa yang dibuat dan diselaikan dalam penelitian ini. Penelitian ini hanya terbatas pada pengujian variabel independen terhadap variabel dependen yaitu untuk menguji lokasi, kelengkapan produk, dan harga pada toko Do Re Mi Desa Dono Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung.

## G. Penegasan Istilah

Dalam penelitian ini penegasan istilah terdiri dari dua, antara lain penegasan konseptual dan penegasan operasional. Adapun definisi konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Definisi konseptual

- a. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.<sup>10</sup>
- b. Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajukan barang-barang dagangannya.<sup>11</sup>
- c. Menurut Kotler mengungkapkan bahwa kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Kedalaman, luas dan kualitas keragaman barang sering merupakan determinan dalam pemilihan toko.<sup>12</sup>
- d. Harga adalah suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu

---

<sup>10</sup> Pius Abdillah & Danu Prasetya, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Arloka, 2009), hal. 256

<sup>11</sup> Kasmir, *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*, (Jakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service, 2006), hal. 129.

<sup>12</sup> James, Roger, Dan Paul, *Perilaku Konsumen Jilid 2, Edisi Keenam*, (Binapura Aksara, Jakarta 1995) hal. 258.

yang lain yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan.<sup>13</sup>

- e. Kotler dan Keller mengungkapkan bahwa keputusan pembelian merupakan proses dimana konsumen melewati lima tahap seperti pengenalan produk, pencarianin formasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian dan pasca pembelian yang dimulai jauh sebelum pembelian actual dilakukan dan memiliki dampak yang lama setelah itu.<sup>14</sup>

## 2. Definisi operasional

Penegasan operasional merupakan devinisi variabel secara operasional secara rill dan nyata dalam lingkup objek penelitian. Secara operasional penelitian ini dimaksudkan untuk menguji apakah loaksi, kelengkapan produk, dan harga akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yang di lakukan pada toko DO RE MI Desa Dono Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung.

## H. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penulisan skripsi ini, sistematika pembahasan skripsi disajikan dalam 6 (enam) bab, dan setiap babnya terdapat sub bab sebagai perincian dari bab-bab tersebut. Sehingga sistematika pembahasannya sebagai berikut:

---

<sup>13</sup> Christy Jacklin Gerung, Janjte Sepang dan Sjendry Loindong, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail pada PT. Wahana Wirawan Manado" *Jurnal EMBA*, 2017, Vol 5 No.2

<sup>14</sup> Philip Kotler dan kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga,2012),hal,417

## BAB I : PENDAHULUAN

Pada bagian ini terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika skripsi.

## BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bagian ini berisi tentang landasan teori yang digunakan untuk mendukung penelitian yang diawali dengan *grand theory* atau landasan utama yang menjadi materi utama dalam penelitian, terdapat penelitian terdahulu, kerangka konseptual yang menunjukkan sekilas variabel-variabel apa saja yang akan diteliti, kerangka konseptual penelitian, dan hipotesis penelitian.

## BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bagian ini terdiri atas, pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian. Kemudian sumber data, variable dan skala pengukurannya. Yang terakhir teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian serta analisis data.

## BAB IV : HASIL PENELITIAN

Pada bagian ini berisi tentang hasil penelitian atau deskripsi data penelitian yang disajikan dalam pernyataan-pernyataan



penelitian, hasil analisis data, dan pengujian hipotesis penelitian.

#### BAB V : PEMBAHASAN

Pada bagian ini berisi tentang pembahasan yang terkait dengan variabel-variabel bebas dalam penelitian dengan memperhatikan atau menyamakan teori-teori, serta hasil dari uji statistik untuk mengetahui apakah ada pengaruh atau tidak terhadap variabel terkait.

#### BAB VI : PENUTUP

Pada bagian ini berisikan hasil akhir dalam penelitian dan memberikan kesimpulan serta saran dalam penelitian.