

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Lokasi, Citra Toko, dan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian di NUsantara Mart Desa Tenggur, Kecamatan Rejotangan, Kabupaten Tulungagung” ini ditulis oleh Yessy Nur Nilam Sari, NIM. 126402212103, dengan pembimbing Yunesia Pramesthi, M.Pd.

Kata Kunci: Lokasi, Citra Toko, Kesadaran Halal, Keputusan Pembelian.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya perkembangan bisnis ritel, khususnya minimarket, yang memicu persaingan ketat di Indonesia, termasuk di Tulungagung. NUsantara Mart Desa Tenggur menjadi objek menarik karena merupakan minimarket berbasis kelembagaan keagamaan (Nahdlatul Ulama) yang menunjukkan pertumbuhan signifikan dalam jumlah pembeli dan pendapatan pada tahun 2023-2024. Faktor-faktor yang diduga memengaruhi keputusan pembelian di NUsantara Mart meliputi lokasi strategis, citra toko, dan kesadaran halal yang relevan di masyarakat mayoritas Muslim.

Tujuan penelitian ini yaitu: (1) Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di NUsantara Mart Desa Tenggur, Kecamatan Rejotangan, Kabupaten Tulungagung. (2) Untuk mengetahui pengaruh citra toko terhadap keputusan pembelian di NUsantara Mart Desa Tenggur, Kecamatan Rejotangan, Kabupaten Tulungagung. (3) Untuk mengetahui pengaruh kesadaran halal terhadap keputusan membeli di NUsantara Mart Desa Tenggur, Kecamatan Rejotangan, Kabupaten Tulungagung. (4) Untuk mengetahui pengaruh lokasi, citra toko dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian di NUsantara Mart Desa Tenggur, Kecamatan Rejotangan, Kabupaten Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Sampel terdiri dari 100 responden, data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen NUsantara Mart Desa Tenggur, Kecamatan Rejotangan, Kabupaten Tulungagung. Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi. Data diolah menggunakan SPSS 30.0.

Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa: (1) Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di NUsantara Mart Desa Tenggur, Kecamatan Rejotangan, Kabupaten Tulungagung. (2) Citra toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di NUsantara Mart Desa Tenggur, Kecamatan Rejotangan, Kabupaten Tulungagung. (3) Kesadaran Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di NUsantara Mart Desa Tenggur, Kecamatan Rejotangan, Kabupaten Tulungagung. 4) Lokasi, citra toko dan kesadaran halal secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di NUsantara Mart Desa Tenggur, Kecamatan Rejotangan, Kabupaten Tulungagung.

ABSTRACT

Thesis with the title "The Influence of Location, Store Image, and Halal Awareness on Purchase Decisions at NUsantara Mart Desa Tenggur, Rejotangan District, Tulungagung Regency" was written by Yessy Nur Nilam Sari, NIM. 126402212103, with supervisor Yunesia Pramesthi, M.Pd.

Keywords: Location, Store Image, Halal Awareness, Purchasing Decision.

This research is motivated by the rapid development of the retail business, especially minimarkets, which triggers intense competition in Indonesia, including in Tulungagung. NUsantara Mart in Tenggur Village is an interesting object because it is a minimarket based on a religious institution (Nahdlatul Ulama) that has shown significant growth in the number of buyers and revenue in 2023-2024. Factors suspected to influence purchasing decisions at NUsantara Mart include strategic location, store image, and halal awareness, which are relevant in a Muslim-majority society.

The objectives of this study are: (1) To determine the influence of location on purchasing decisions at NUsantara Mart, Tenggur Village, Rejotangan District, Tulungagung Regency. (2) To determine the influence of store image on purchasing decisions at NUsantara Mart, Tenggur Village, Rejotangan District, Tulungagung Regency. (3) To determine the influence of halal awareness on purchasing decisions at NUsantara Mart, Tenggur Village, Rejotangan District, Tulungagung Regency. (4) To determine the influence of location, store image, and halal awareness on purchasing decisions at NUsantara Mart, Tenggur Village, Rejotangan District, Tulungagung Regency.

This study uses a quantitative approach with an associative research type. Sampling used a purposive sampling technique. The sample consisted of 100 respondents, data obtained through distributing questionnaires to consumers of NUsantara Mart in Tenggur Village, Rejotangan District, Tulungagung Regency. In this study, the analysis methods used were validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, hypothesis tests, and coefficients of determination. Data was processed using SPSS 30.0.

The results of this study show that: (1) Location does not have a significant influence on purchasing decisions at NUsantara Mart, Tenggur Village, Rejotangan District, Tulungagung Regency. (2) Store image has a positive and significant influence on purchasing decisions at NUsantara Mart, Tenggur Village, Rejotangan District, Tulungagung Regency. (3) Halal awareness has a positive and significant influence on purchasing decisions at NUsantara Mart, Tenggur Village, Rejotangan District, Tulungagung Regency. (4) Location, store image, and halal awareness simultaneously have a positive and significant influence on purchasing decisions at NUsantara Mart, Tenggur Village, Rejotangan District, Tulungagung Regency.