



**PENGARUH *PRICE, STORE LOCATION, SERVICE QUALITY,*
DAN *PRODUCT ASSORTMENT* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MEUBEL DAN ELEKTRONIK
(Studi Kasus Toko H.Umar Kajen, Kab. Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh

WIDYA DWI UTAMI
NIM.2013116045

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2020**



**PENGARUH *PRICE, STORE LOCATION, SERVICE QUALITY,*
DAN *PRODUCT ASSORTMENT* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MEUBEL DAN ELEKTRONIK
(Studi Kasus Toko H.Umar Kajen, Kab. Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh

WIDYA DWI UTAMI
NIM.2013116045

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2020**



**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : WIDYA DWI UTAMI

NIM : 2013116045

Jurusan : EKONOMI SYARIAH

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "*Pengaruh Price, Store Location, Service Quality, Dan Product Assortment Berpengaruh Terhadap Keputusan Pemelian Mebeul Dan Elektronik (Study Kasus Toko H. Umar Kajen, Kab. Pekalongan)*" adalah benar-benar karya penulis dengan bentuk kutipan dengan sumber-sumber yang telah di sebutkan.

Dengan demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya. Apabila ditemukan terbukti skripsi ini plagiasi maka penulis bersedia memperoleh sanksi dengan di cabut gelarnya.

Pekalongan, 20 November 2020

Penulis



WIDYA DWI UTAMI
NIM. 2013116045

NOTA PEMBIMBING

M. Aris Safi'i, M.E.I

Perum Pisma Garden Residence, Tirto, Pekalongan Barat

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Widya Dwi Utami

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Pekalongan
c. q. Katua Jurusan Ekonomi Syariah
di
PEKALONGAN

Assalamu'alaikum. Wr.Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara/i:

Nama : Widya Dwi Utami

NIM : 2013116045

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul : PENGARUH PRICE, STORE LOCATION, SERVICE QUALITY, PRODUCT ASSORTMENT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEBEUL DAN ELEKTRONIK (STUDY KASUS TOKO H.UMAR KAJEN KABUPATEN PEKALONGAN)

Dengan ini mohon agar Skripsi Saudara/i tersebut segera dapat di munaqasahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas Perhatianya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum. Wr.Wb.

Pekalongan, 10 November 2020



M. Aris Safi'i, M.E.I
NIP. 108510122015031004





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Pahlawan Revolusi No. 52 Kajen Kabupaten Pekalongan, Telp. (0285) 412575, Fax. (0285) 423418
Website : febi.iainpekalongan.ac.id Email : febi@iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : **WIDYA DWI UTAMI**

NIM : **2013116045**

Judul : **PENGARUH PRICE, STORE LOCATION, SERVICE QUALITY DAN PRODUCT ASSORTMENT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Toko H.Umar Kajen, Kab. Pekalongan)**


telah diujikan pada hari kamis, 19 November 2020 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji,

Penguji I


Penguji II


Ahmad Rosvid, SE., M.Si, Akt
NIP. 197903312006041003


Alvita Tyas Dwi Arvani, S.E., M.Si
NIP. 198406122019032011

Pekalongan, 27 November 2020




Dr. Hj. Shafiqah Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 197502201999032001





PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa		es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha		ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De



ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad		es (dengan titik di bawah)
ض	Dad		de (dengan titik di bawah)
ط	Ta		te (dengan titik di bawah)
ظ	Za		zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik (di atas)
غ	Ghain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal rangkap	Vokal Panjang
= a		=
= i	= ai	=
= u	= au	=



3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jam lah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة ditulis *f timah*

4. Syaddad (*tasydid*, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا ditulis *rabbān*

البر ditulis *al-barr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rojulu*

السيدة ditulis *as-sayyidinah*



Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر ditulis *al-qamar*

البديع ditulis *al-badi'*

الجلال ditulis *al-jal l*

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof (/').

Contoh:

أمرت ditulis *umirtu*

شيء ditulis *syai'un*

PERSEMBAHAN

Alkhamdulillahirabil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayahnya, tak lupa shalawat kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis persembahkan skripsi ini kepada

1. Orang tua ku tercinta, Wartinah dan Bapak Tasjo Sugito, serta kaka ku Cich Hernawati yang selalu memberikan kasih sayang serta perhatian, memberikan dukungan, dan do'a dalam penyusunan skripsi ini.
2. Serta untuk saudara-saudara ku yang turut mendoakan saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih untuk diri saya sendiri yang tidak menyerah menulis skripsi ini, Sahabat-sahabatku, Nia, Janatul Firda, Nadya, Putri, Aisyah, Sri, Aditya, Teman-teman Genbi, Aas, Uus, Arina, yang sudah memberikan kenyamanan di dalam organisasi. Serta Sahabat di luar kampus yang terus mendoakan dan membantu, Meli, Devi, Suci, Indri, dan Dian, dan Trinas Agung P, Terimakasih untuk teman-teman kos dan ibu kos yang telah memberikan jasanya kepada saya. Semua Anggota keluarga mahasiswa pelajar Brebes (KMPDB), yang telah memberi pengalaman dalam berorganisasi dan menjadi teman seperjuangan. Keluarga Genbi Tegal, divisi lingkungan hidup, yang memberikan banyak pengalaman.





MOTTO

“percayalah pada kemampuanmu, karena dalam keadaan apapun,
pegangan paling kuat adalah dirimu sendiri”

“keep learning, keep trying, persevere, be consistent to have the utmost of
your skills”

“jangan jadi budak dalam keadaan apapun”





ABSTRAK

Keputusan pembelian oleh konsumen dapat di pengaruhi oleh beberapa indikator di antaranya adalah price (harga), location (lokasi), service quality (kualitas pelayanan) dan product assortment (keragaman produk), keempat variable tersebut merupakan variable sederhana yang menentukan keputusan pembelian konsumen. Karena keputusan pembelian merupakan proses dimana konsumen mengetahui letak masalahnya, kemudian mencari informasi sampai mengevaluasi hingga dapat memecahkan masalahnya.

Jenis dari penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan kuantitatif, penelitian menguji hipotesis tentang adanya hubungan antar variable-variabel persoalan di rumuskan dengan jelas dalam bentuk hipotesis sampel yang digunakan dan percobaan dilakukan untuk menguji hipotesis tersebut. Dalam penelitian ini sebanyak 100 sample, data diolah menggunakan aplikasi SPSS dengan teknis analisis data dengan analisis linier berganda

Hasil dari penelitian diperoleh : X1 (price) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, karena nilai signifikannya $0,035 < 0,05$ dan t-Hitung $2.137 > 1.98525$, X2 (Location) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, karena nilai signifikannya $0.948 > 0,05$ dan t-Hitung $-0.065 < 1.98525$, X3 (service quality) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, karena nilai signifikannya $0.008 < 0,05$ dan t-Hitung $2.699 > 1.98525$, X4 (Product Assortment) berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena nilai signifikannya $0.000 < 0,05$ dan t-Hitung $4.251 > 1.98525$.

Kata kunci : Price, Location, Service Quality, Product Assortment, Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah atas berkah dan rahmatnya, serta shalawat dan salam kepada Rasulullah Nabi Muhammad SAW. Saya selaku penulis mengucapkan terimakasih, sehingga dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul ” Pengaruh Price, Store Location, Service Quality, Dan Product Assortment berpengaruh Terhadap Keputusan Pemelian Mebeul Dan Elektronik (Study Kasus Toko H. Umar Kajen, Kab. Pekalongan)”. Penulisan skripsi ini tentu masih jauh dari kesempurnaan, hal ini karena keterbatasan pengalaman dan pengetahuan dari penulis, oleh karena itu penulis dengan kerendahan hati menerima kritik dan saran. Terwujudnya skripsi ini juga tak luput dari dukungan do’a dan bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak_pihak yang terlibat sehingga secara khusus penulis mengucapkan terimakasih yang tulus, yakni kepada:

1. Dr. Ade Dedi Rohayana, M. Ag selaku Rektor IAIN Pekalongan yang telah memberikan kesempatan untuk belajar di IAIN Pekalongan.
2. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, SH., M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dr. AM. M. Hafidz M, M.Ag, selaku Wakil Dekan 1 IAIN Pekalongan.
4. Bapak Drs. H. A. Tubagus Surur, M.Ag. Selaku Wakil Dekan II IAIN Pekalongan.
5. Bapak Dr. H. Zawawi, M. Ag selaku Wakil Dekan III IAIN Pekalongan.
6. Bapak M. Aris Safi”i, M.E.I selaku Kepala Jurusan Ekonomi Syariah.
7. Bapak Nalim S.Si., M.Si selaku Dosen wali
8. Bapak Muhammad Aris Safi”i selaku Dosen Pembimbing Skripsi.Seluruh dosen IAIN Pekalongan yang telah memberikan ilmunya.
9. Bapak Toni Wibowo selaku pemilik toko H.Umar
10. kepada orang tuaku, ibu Wartinah dan Bapak Tasjo Sugito, yang telah Mendoakan dan memeberi dukungan motivasi semangat serta moril dan material yang sangat membantu dalam penyelesaian skripsi ini.





11. Sahabat-sahabat saya yang selalu memberikan dorongan, motivasi, dan saran dalam proses penulisan skripsi ini.
12. Semua pihak yang membantu dalam penulisan ini.

Pekalongan, 20 November 2020

Penulis

Widya Dwi Utami





DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN	ix
MOTTO	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistemetika Penulisan	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Deskripsi Teori	12
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Karangka Berfikir	36
D. Hipotesis Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian	41
B. Populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel	44
C. Instrumen Penelitian Dan Teknik Pengumpulan Data	46
D. Teknis analisis data	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Obyek penelitian	62
B. Hasil Responden	62
C. Analisis Data	67
1. Hasil Uji Instrumen	67
a. Uji Validitas	67
b. Uji Reabilitas	68
2. Uji Asumsi Klasik	69
a. Uji Normalitas	69
b. Linieritas	69
c. Multikolinieritas	70
d. Uji Heterokesiditas	71



3. Uji Linier Berganda.....	71
4. Uji Hipotesis.....	73
a. Uji T.....	73
b. Uji F Statistik.....	74
c. Uji Determinasi (R ²)	75
5. Pembahasan	75
a. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.	75
b. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	76
c. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian..	77
d. Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian.	78
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	81
B. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Jenis Keragaman Produk di Toko Haji Umar	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Definisi Oprasional	43
Tabel 3.2 Kriteria Bobot Jawaban Responden	47
Tabel 4.1 Deskriptif Sampel Penelitian	57
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	58
Tabel 4.3 Usia Responden	58
Tabel 4.4 Tingkat Pekerjaan Responden	59
Tabel 4.5 Deskripsi Tanggapan Responden Tentang Variabel Price	60
Tabe 4.6 Deskripsi Tanggapan Responden Tentang Variabel Location	61
Tabe 4.7 Deskripsi Tanggapan Responden Tentang Variabel Service Quality	62
Tabe 4.8 Deskripsi Tanggapan Responden Tentang Variabel Product Assortment	63
Tabe 4.9 Deskripsi Tanggapan Responden Tentang Variabel Keputusan Pembelian	65
Tabe 4.10 Validitas Variabel Price, Location, Service, Product Assortment dan Keputusan Pembelian	67
Tabe 4.11 Rekaitulasi Hasil Uji Reabilitas Variabel Penelitian	68
Tabe 4.12 Uji Kolmogrov-Smirnov	69
Tabe 4.13 Hasil Uji linieritas Lagrange Multipler	69
Tabe 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas	70
Tabe 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	71
Tabe 4.16 Hasil Uji Linier Berganda dan Nilai t-Hitung	72
Tabe 4.17 Hasil ANOVA untuk Uji F	74
Tabel 4.18 Hasil Uji Determinasi	75





DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir 38



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 ANGKET

LAMPIRAN 2 Tabulasi Data Penelitian

LAMPIRAN 3 Uji Validitas Dan Reabilita

LAMPIRAN 4 Uji Asumsi Klasik

LAMPIRAN 5 Hasil Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis (Uji T Dan Uji F)

Dan Uji Koefisien Determinasi

LAMPIRAN 6 Surat Permohonan Izin Penelitian

LAMPIRAN 7 SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

LAMPIRAN 8 Dokumentasi Pengeisian Angket





BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini persaingan dunia usaha semakin ketat adanya bisnis yang berbasis e-commers lengkap dengan sarana sistem layanan yang berbasis teknologi, di bidang usaha seperti mebel dan elektronik juga salah satu bidang usaha yang harus memiliki daya persaingan yang kuat. Keputusan pembelian konsumen merupakan keputusan variable penting bagi perusahaan, dimana perusahaan di tuntut memiliki indikator khusus yang menjadi bahan evaluasi konsumen, perusahaan yang telah memiliki strategi khusus dalam stategi marketingnya biasanya memiliki tingkat observasi konsumen, yang bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan melalui hasil observasi keinginan konsumen terhadap perusahaan tersebut. Hasil pemilihan indikaor yang mempengaruhi keputusan pembelian di Toko H.Umar berawal dari observasi lapangan yaitu dimana survey bersekala kecil yaitu melalui beberapa pertanyaan kepada konsumen yang membeli produk di toko H.Umar, survey ini bertujuan untuk menentukan hasil indikator yang menjadi keputusan konsumen dalam memlakukan keputusan pembelian Hasil pemaparan indikator yang di dapat dari survey kecil di lapangan yang menyatakan bahwa keputusan pembelian di lakukan di toko H.Umar yaitu harga, lokasi,kulitas pelayanan dan keragaman produk, yang dimana indikator ini di rasa menjadi faktor pemicu keputusan pembelian, namun indikator-indikator tersebut memiliki hasil berbeda antara teori dan hasil lapangan. beberapa indikator yang di hasilkan

survey tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu lokasi dan kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Ilham Rahmat (2018) Menyatakan dalam penelitiannya bahwa lokasi tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, kemudian penelitian selanjutnya dilakukan oleh Febiano Chilton Polla, Lisbeth Nananeke, Rita N Taroreh, menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Ini menjadi ketertarikan untuk meneliti kembali hasil survey indikator dengan hasil lapangan dengan menggunakan responden bersekala besar di toko H.Umar

hasil survey yang diperoleh ialah bahwa pertimbangan konsumen dalam membeli produk biasanya dimulai dari harga, Menurut Crawford dan Benedetto harga merupakan bagian dari suatu produk, dimana harga yang dimaksud juga termasuk dalam bagian dari atribut produk dari pandangan pelanggan.¹ setiap pelanggan atau konsumen cenderung memikirkan harga terlebih dahulu ketimbang memikirkan yang lain, untuk itu harga menjadi tugas dari toko atau perusahaan dalam menetapkan suatu harga, sehingga konsumen dapat mempertimbangkan keputusan membeli produk di suatu toko. Selain harga lokasi juga dijadikan pertimbangan konsumen dalam mempertimbangkan suatu pembelian, toko yang memiliki letak lokasi yang strategis serta memiliki cabang di berbagai lokasi merupakan suatu strategi dari pemilik toko agar konsumen dapat mudah menemukan toko di berbagai titik lokasi. Subjek penelitian yang saya ambil yaitu Toko H.Umar, Toko H.Umar

¹ Feliciano Daniaty dan Mimi S A, *Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hypermart Puri Indah Di Jakarta Barat*, Jurnal Ekonomi/Volume XXII, No. 01, Maret 201, hlm.123



merupakan toko mebel dan elektronik yang berada di Kota Pekalongan tepatnya di Jl.Kyai Sinangu No.1 Watuhelah, Sinangoh Prendeng, Kec. Kajen Kab. Pekalongan, Jawa Tengah.

Toko H. Umar berdiri sejak 28 Desember 1993 hingga sekarang toko H. Umar memiliki 7 cabang toko di kota Pekalongan yang berlokasi di Kajen, Kesei dan Karanganyar, Toko H.Umar sendiri awalnya hanya toko mebeul, kemudian pemilik toko H.Umar menginovasikan tokonya pada tahun 2008 dengan menambah ragam produk ke elektronik seperti smartphone,laptop, dan lain-lain. Hingga saat ini toko H.Umar terus mengembangkan tokonya dan penjualan terus relatife meningkat, di buktikan dengan jumlah penjualan unit produk-produk yang terjual per bulannya, jumlah produk yang terjual dalam satu bulan mencapai 100 unit pcs, bahkan lebih sehingga omset pendapatan yang di dapat dalam sebulan mencapai kisaran puluhan juta.²

Tjiptono dan Chandra menyatakan faktor lokasi merupakan salah satu faktor krusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial penyedia jasa untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.³ Karena selain harga dan lokasi juga keragaman produk serta kualitas layanan merupakan bahan pertimbangan konsumen, dalam prinsipnya toko H. Umar mengedepankan tingkat kualitas pelayanan yang tinggi dan memudahkan konsumen dalam segi pembelian hingga pembayaran. Seiring perkembangan zaman yang semakin modern

² Wawancara Bpk. Toni Wibowo (owner Toko H. Umar) pada tanggal 14 Februari 2020, jam 13: 15

³ Robby Fauji, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Anugerah Al-Baghdadi Mebel Karawang*, Jurnal Manajemen Dan Kreatif Vol.4 No 1, 2018, hlm 128



sistem pelayanan yang di pilih pun berdampak pada kepuasan juga terhadap konsumen sehingga dapat menjadi daya tarik konsumen dalam menentukan pembelian di suatu toko. Kualitas pelayan yang di berikan antara lain dari segi keramahan, sopan satun dan memberikan informasi terkait produk yang di jual belikan.

Kualitas pelayanan bagi konsumen adalah sumber dari kenyamanan adanya kualitas pelayanan yang tinggi di berbagai perusahaan atau pun toko menjadi salah satu faktor internal penting yang berpengaruh bagi perusahaan. Menurut Reza dalam skripsinya yang dikutip dari buku Kotler menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh terhadap kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.⁴ Dari rincian pejelasan di atas mengenai kuaitas pelayanan tersebut bahwa kualitas pelayana berpengaruh besar terhadap keputusan bagi konsumen hal ini akan memicu pada keputusan pembelian setiap konsumen. Hal ini sejalan dengan skripsi yang dilakukan dengan oleh Mohammad Gary Yulistiawan dalam judul skripsinya yang berjudul *Pengaruh harga dan kualitas produk serta kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen kajian kayu mebel UD.Karya Jaya Jombang*. dalam skripsinya memberikan hasil bahwa kualitas layanan dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen, sejalan dengan hasil penelitian tersebut bahwa konsumen selalu mempertimbangkan dan memiliki gaya dalam menentukan tempat pembelian suatu produk atau barang.

⁴ Reza Fajar Setiawan, *Pengaruh Keragaman Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Baru Swalayan di Kecamatan Petanahan)*. Skripsi (UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOREJO), 2016, hlm. 28



Kotler & Keller, menyatakan definisi dari pelayanan merupakan penawaran tidak atau di berikan dari satu pihak untuk pihak yang lainnya dengan kegiatan yang tidak terlihat atau berwujud, dan tidak memberikan suatu kepemilikan apapun.⁵ Pelayanan yang maksimal akan memberikan citra yang positif kepada konsumen sehingga konsumen dapat mempertimbangkan keputusannya. Sejalan dengan teori Kotler & Keller hal ini menjadi tugas bagi perusahaan atau toko bahwa pelayanan tidak bisa di pungkiri merupakan kegiatan kedua belah pihak dimana satu pelanggan dan satu penjual, yang pada konsepnya konsumen merupakan raja sehingga perlu pelayanan yang tinggi agar tercipta kenyamanan. Kenyamanan yang di berikan akan memicu pada satu konsumen yang bisa menular ke konsumen lain, dengan terciptanya hal seperti ini akan menambah ketertarikan konsumen dalam memilih keputusan pembelian pada suatu tempat. Selain dari itu faktor lain yang lebih mendukung dari pertimbangan konsumen dalam memutuskan tempat pembelian adalah keragaman produk. Keragaman produk dari suatu toko artinya toko memiliki berbagai jenis produk yang di tawarkan. Keragaman produk juga menjadi faktor yang dapat menarik konsumen untuk datang ke suatu toko, konsumen tentu sangat membutuhkan toko yang dinilai memiliki keragaman produk didalamnya guna memenuhi kebutuhannya. Keragaman produk dinilai sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Humairoh yang berjudul, *Pengaruh Lokasi,*

⁵ Mukhammad Teguh Afwan, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Mebel Madina Di Kota Banjarnegara)*. Skripsi (Universitas Diponegoro Semarang) 2018, hlm. 11



Keragaman Produk, Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada pm collection pekanbaru. hasil dari penelitiannya menyatakan bahwa keragaman produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Tabel jenis- Jenis keragaman produk yang ada di toko H.Umar:⁶

Tabel 1.1
Daftar jenis keragaman produk di toko H.Umar

No	KLASIFIKASI	
	ELEKTRONIK	MEBEL DAN FURNITURE
1.	Television	bermacam kursi
2.	Kulkas	bermacam lemari
3	Ricecooker	macam-macam kasur
4	mesin cuci	sofa bed
5	Blender	
6	SMARTPHONE	
7	kipas angin	
8	Salon	

Tabel di atas merupakan jenis barang yang terdapat di toko H. Umar Kajej Pekalongan, barang-barang yang tersedia menunjukan bahwa jenis produk-produk yang ada di Toko H.Umar Kajej Pekalongan beragam jenisnya.

Dalam menentukan keputusan pembelian sebagai seorang muslim yang memiliki standar hukum sebagai seorang konsumen hendaknya selalu memperhatikan setiap barang yang akan di belinya, Ajaran islam juga memberikan penekanan dalam memutuskan keputusan pembelian perlu memperhatikan kehati-hatian dalam menerima suatu berita atau informasi.

⁶ Wawancara Bpk. Toni Wibowo (owner Toko H. Umar) pada tanggal 14 Februari 2020, jam 13: 15



Berkaitan dengan hal ini maka hendaknya konsumen memperhatikan setiap kejelasan informasi dari produk dan barang yang akan di beli.

Dalam surat Al- Hujurat ayat 6 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن مَّعَكُمْ فَاسِقٌ بَدَأَ فَتَبَيَّنْهُ أَن تُصِيبُوهُ قَوْمًا يَجْهَلُونَ
فَتُصِيبُوهُ عَلَى مَا فَعَلْتُمْ تَدْرِمِينَ ﴿٦﴾

Artinya : *“hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu”*

Ayat di atas menjelaskan pentingnya memilih produk atau barang yang akan di beli, dalam perilaku konsumen hendaknya juga mempertimbangkan barang yang akan di beli sesuai dengan kebutuhan. Perkembangan zaman yang semakin cepat memberikan dampak pada perilaku konsumen, perilaku konsumen yang sesuai dengan ajaran islam bahwa dalam membeli barang harus sesuai dengan kebutuhan seperti sudah tidak berlaku, design produk yang semakin bagus menjadikan konsumen membeli bukan karena sebatas kebutuhan tapi karena pada dasarnya ingin mengikuti perkembangan zaman. Hal ini bertolak belakang dengan apa yang di ajarkan dalam islam. Keputusan pembelian juga di dasarkan pada indikator-indikator di atas bahwa *price, store location, service quality* dan *product assortmen* merupakan instrument yang dapat membantu dalam memutuskan suatu keputusan pembelian, sehingga menjadi sarana alternatif khusus dalam menentukan tempat dan barang yang memudahkan dalam membeli produk.



Berdasarkan latar belakang masalah tersebut , maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “ **Pengaruh *Price, Store Location, Service Quality, Dan Product Assortment Terhadap Keputusan Pembelian Meubel Dan Elektronik (Studi : Toko H.Umar Kajen Kab. Pekalongan)*** .

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah *price* berpengaruh terhadap keputusan pembelian mebeul dan elektronik di toko H. Umar Kajen Kab. Pekalongan?
2. Apakah *store location* berpengaruh terhadap keputusan pembelian mebeul dan elektronik di toko H. Umar Kajen Kab. Pekalongan?
3. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian mebeul dan elektronik di toko H. Umar Kajen Kab. Pekalongan?
4. Apakah *product assortment* berpengaruh terhadap keputusan pembelian mebeul dan elektronik di toko H. Umar Kajen Kab. Pekalongan?
5. Apakah *price, store location, service quality, and, product assortment* secara bersamaan berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian mebeul dan elektronik di toko H. Umar Kajen Kab. Pekalongan?



C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah *price* berpengaruh terhadap keputusan pembelian mebeul dan elektronik di toko H. Umar Kajen Kab. Pekalongan.
2. Untuk mengetahui apakah *store location* berpengaruh terhadap keputusan pembelian mebeul dan elektronik di toko H. Umar Kajen Kab. Pekalongan.
3. Untuk mengetahuia apakah *service quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian mebeul dan elektronik di toko H. Umar Kajen Kab. Pekalongan.
4. Untuk mengetahui apakah *product assortment* berpengaruh terhadap keputusan pembelian mebeul dan elektronik di toko H. Umar Kajen Kab. Pekalongan.
5. Untuk mengetahui apakah *price, store location, product quality, dan product assortment* secara bersamaan berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian mebeul dan elektronik di toko H. Umar Kajen Kab. Pekalongan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi Peneliti

Sebagai sarana dalam menerapkan teori- teori yang diperoleh dalam masa perkuliahan, meningkatkan dan mengembangkan wawasan tentang pola konsumtif atau prilaku konsumen dalam teori-teori



pemasaran serta dalam melatih kemampuan penulis dalam memecahkan suatu masalah.

b. Bagi Akademisi

- 1) Memberikan tambahan kepustakaan kepada lingkungan universitas tentang keputusan pembelian yang terjadi di Toko H. Umar Kajej Kab. Pekalongan.
- 2) Dapat dijadikan bahan referensi bagi penelitian yang sama di masa mendatang.
- 3) Dapat membantu memberikan sumbangan pemikiran dalam pembuatan skripsi dimasa mendatang.

c. Manfaar Praktis

- 1) Bagi pengusaha, yaitu *Toko H. Umar Kajej* Kab.Pekalongan.
Dapat menentukan strategi yang dapat menciptakan keputusan pembelian yang disebabkan karena adanya pengaruh internal, eksternal dan situasional sehingga dapat meningkatkan penjualan.
- 2) Bagi pemerintah
Penelitian ini diharapkan sebagai data dan informasi mengenai dampak keberadaan Toko H. Umar bagi masyarakat sebagai konsumen.



E. Sistemetika Penulisan

Dalam penelitian ini secara garis besar sistematika penulisan terbagi menjadi lima bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari Latar Belakang, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Masalah, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : KARANGKA TEORI

Bab ini terdiri dari Tinjauan Pustaka, Landasan Teori, Karangka Berfikir, dan Hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari Pendekatan dan Jenis Penelitian, Setting Penelitian, Variabel Penelitian, Variabel Operasional. Populasi, Sampel, Metode Pengambilan Sampling, Sumber Data, Instrumen Penelitian dan Metode Pengumpulan Data, Pengolahan Data, Analisis Data, Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab ini terdiri dari Deskripsi Data, Analisis Data dan Pembahasan

BAB V : PENUTUP

Bab ini terdiri dari Kesimpulan dan saran penelitian



BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka dapat di simpulkan sebagai berikut:

1. Dari hasil uji secara parsial (uji t) diperoleh nilai sebagai berikut:
 - a. Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian mebeul dan elektronik di toko H.Umar, tabel 4. Menunjukkan hasil dari pengujian di peroleh t hitung ($2.137 > 0.198525$), dan nilai signifikasi dari variable harga $0,35 < 0,05$, sehingga dapat di artikan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mebeul dan elektronik di toko H.Umar Kajen Kabupaten Pekalongan.
 - b. Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mebeul dan elektronik di toko H.Umar, hasil dari pengujian di peroleh t hitung ($-0,65 < 0.198525$) dan nilai signifikasi dari variabel lokasi ($0.948 > 0.05$), sehingga dapat di artikan bahwa lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mebeul dan elektronik di toko H.Umar Kajen Kabupaten Pekalongan.
 - c. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian mebeul dan elektronik toko H.Umar, hasil dari pengujian di peroleh t hitung ($2.699 > 0.198525$), dan nilai signifikasi dari variable harga $0,008 > 0,05$, sehingga dapat di artikan bahwa Kualitas pelayanan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mebeul dan elektronik di toko H.Umar Kajen Kabupaten Pekalongan.

- d. Keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian mebeul dan elektronik toko H.Umar, hasil dari pengujian di peroleh t hitung (4.251 > 0.198525), dan nilai signifikansi dari variable harga 0,000 > 0,05, sehingga dapat di artikan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mebeul dan elektronik di toko H.Umar Kajen Kabupaten Pekalongan.

2. Dari hasil uji secara simultan (f) di peroleh nilai sebagai berikut:

Dari hasil uji f bahwa nilai probabilitas signifikannya sebesar 0,000 < 0,005, dan nilai f-Hitung 53,445 > F-tabel 2.47 artinya dapat dikatakan bahwa secara bersama – sama, variable dari harga, lokasi, service quality dan product assortmen berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko H.Umar Kajen Kabupaten Pekalongan.

B. SARAN

1. Bagi pihak manajemen toko H.Umar hendaknya meningkatkan dan mempertahankan harga, kualitas layanan dan keragaman produk yang sudah sangat berpengaruh baik terhadap keputusan pembelian.
2. hendaknya peneliti-peneliti lain menggubakan variable lain di luar penelitian ini yang dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap keputusan pembelian konsumen



DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, Dwi Dkk. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Mas Semarang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Moderasi*, Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia Vol. 12 No. 1.
- Adipramita, Vionna & Ida Bagus Cempena. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Perhiasan Emas Lancar Jaya Sekaran, Lamongan*, Jurnal Ekonomi Manajemen (JEM17), Volume 4, Nomor 1.
- Afwan, Mukhammad Teguh. 2018. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Mebel Madina Di Kota Banjarnegara)*. Skripsi (Universitas Diponegoro Semarang).
- Agustina Lela, 2017, *Pengaruh Suasana Toko Dan Keanekaragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Toserba Maya Di Kec. Randublatung Kab. Blora*, Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), Volume 01 Nomor 01.
- Astri, Ayu Purwati, dkk. 2019. *Analisis Pengaruh Iklan, Harga dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Rumah Pekanbaru*, Jurnal Ekonomi KIAT, Vol. 30, No. 1.
- Azwar, Saifudin. 1999. *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset).
- Donald, R Cooper & C. William Emory. 1996. *Metode Penelitian Bisnis*, (Jakarta, Erlangga,)
- Edy Agung, Wibowo. 2012. *Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian*, (Yogyakarta: Gava Media)
- Fajar, Reza Setiawan, 2016. *Pengaruh Keragaman Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Baru Swalayan di Kecamatan Petanahan)*. Skripsi (Universitas Muhammadiyah Purworejo).
- Fauji, Robby. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Anugerah Al-Baghdadi Mebel Karawang*, Jurnal Manajemen Dan Kreatif Vol.4 No 1.
- Fauzi, Muhammad. 2014. *Metode Penelitian*, (Jakarta: Prenadamedia Group).





- Feliciana, Daniaty dan Mimi S. 2017. *Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hypermart Puri Indah Di Jakarta Barat*, Jurnal Ekonomi/Volume XXII, No. 01.
- Hengky Latan & Selva Temalagi. 2013. *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*, (Bandung: Alfabeta,).
- Imam Ghazali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Universitas Diponegoro,).
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2014. *Metode Penelitian Bisnis Untuk Kutansi Dan Manajemen*. Yogyakarta : BPEE Yogyakarta
- Kotler & Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga,).
- Kotler dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Keduabelas*, (Jakarta PT.Indeks,)
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Line. 2012. *Manajemen Pemasara*, (Jakarta: PT Indeks)
- Mastuti, Aksa dan R Ririn Tri. 2011. *Teori Dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bogor : Ghalia Indonesia,)
- Nalim, Yusuf dan Salafudin Turmudi. 2012. *Statistika Deskriptif*, (Pekalongan: STAIN Pekalongan Press).
- Nasution, Mustafa Edwin. 2010. *pengenalan eksklusif ekonomi islam*, (Jakarta:kemcana,) ed.1 cet ke-3.
- Purwati, Astri Ayu dkk. 2019. *Analisis Pengaruh Iklan, Harga dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Rumah Pekanbaru*, Jurnal Ekonomi KIAT, Vol. 30, No. 1.
- Rahmat, Ilham. 2018. *Pengaruh Harga,Kualitas Produk, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Cinta Air Hitam Langkat*. Skripsi (Universitas Negeri Islam Sumatra Utara).
- Riadi, Edi. 2016. *Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS)*.Yogyakarta: Andi Offset.
- Riofita, Hendra. 2013 *system ekonomi islam*. Pekanbaru:PT Sutra Benua Perkasa
- Sekaran, Uma & Roger Bougie. 2017. *metode penelitian untuk bisnis*, (Jakarta : Salemba Empat).



Setiawan, Deni dan Mohammad Maskan. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Semoga Jaya Kediri*, JAB (jurnal aplikasi dan bisnis) vol. 13 No. 1.

Sinambow, Sandy dkk. 2015. *Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Komputer Game Zone Mega Mall Manado*, Jurnal EMBA, Vol.3 No.3.

Sudaryono. 2016. *manajemen pemasaran teori dan implementasi*, (Yogyakarta : Andi OFFSET)

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta,).

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Afabeta,)

Sujarweni, V. Wiratna. 2018. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: PustakaBaruPress.

Taroreh, Rita N & Clinton Polla. Lisibeth Mananeke,. 2018. *Analisis Pengaruh, Harga dan promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Indomaret Manado Unit Jalan SEA*, Jurnal EMBA, Vol.6, No.4.

Wiley. 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat,).



LAMPIRAN



LAMPIRAN 1
ANGKET PENELITIAN

LEMBAR KUISOINER

Yth. Responden Penelitian

Di Tempat

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan penelitian skripsi saya bermaksud mengadakan penelitian yang berjudul "*Pengaruh Price, Store Location, Service Quality, dan Product Assortment Terhadap Keputusan Pembelian Meubel Dan Elektronik*" maka saya :

Nama : Widya Dwi Utami
Nim : 2013116045
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

Dengan kerendahan hati memohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner penelitian saya. Informasi yang di dapat Saudara/i hanya akan di gunakan sebagai informasi penelitian saya. Untuk memperlancar penelitian, peneliti memohon kepada Saudara/I untuk mengisi kuesioner dengan jujur sebenar-benarnya, peneliti menjamin akan kerahasiaan informasi yang di dapat dari jawaban responden. Atas perhatian dan bantuan yang diberikan Saudara/i, saya sampaikan terimakasih.

Hormat Saya

Widya Dwi Utami
(2013116045)



I. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah pertanyaan dengan teliti dan pilihlah jawaban yang menurut Bapak/Ibu paling sesuai.
2. Berilah tanda ceklis () ataupun silang (x) pada jawaban yang paling sesuai menurut anda.

Keterangan jawaban:

KETERANGAN	NILAI
SS (Sangat Setuju)	5
S (Setuju)	4
N (Netral)	3
TS (tidak setuju)	2
STS (sangat tidak setuju)	1

II. IDENTITAS RESPONDEN

a. Nama : (Nama boleh tidak dibuat)

b. Umur :

c. Jenis Kelamin

- Laki-laki
 Perempuan

a. Pekerjaan

- Pelajar
 Mahasiswa
 Karyawan Swasta
 Pengusaha
 Lainnya



b. Penghasilan

- 500.000 -1.000.000
 1.000.000 - 3.000.000
 3.000.000 - 5.000.000
 > 5.000.000

III. KUESIONER PENELITIAN

Variabel (X1) price

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	KS	STS
Keterjangkauan Harga						
1.	Harga produk-produk toko mebel & elektronik H. Umar Kaje n Pekalongan dijual sesuai dengan daya beli konsumen					
Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk						
2	Harga produk- produk toko mebel & elektronik H. Umar Kaje n Pekalongan seimbang dengan kualitas produk					
Daya Saing Harga						
3.	Harga produk-produk toko mebel & elektronik H. Umar Kaje n Pekalongan tidak jauh berbeda dengan harga produk pada Toko mebel lain					
Kesesuaian Harga Dengan Manfaat Produk						
4.	Harga produk- produk toko mebel & elektronik H. Umar Kaje n Pekalongan setara dengan manfaat yang diperoleh konsumen					

**Variabel (X2) Loction**

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	KS	STS
Akses						
1.	lokasi toko mebel & elektronik H. Umar Kajeu Pekalongan mudah diakses menggunakan alat transportasi umum.					
lalu lintas						
2	lalu lintas kendaraan menuju toko mebel & elektronik H. Umar Kajeu Pekalongan memadai.					
Kompetisi						
3.	daerah tersebut terdapat banyak usaha yang sejenis atau tidak.					
4	toko mebel & elektronik H.Umar Kajeu Pekalongan mudah untuk dilihat dan diketahui banyak orang					

Variabel (X3) Service Quality

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	KS	STS
Responsiveness						
1.	toko mebel & elektronik H.Umar Kajeu Pekalongan cepat dalam melayani keluhan konsumen					
Tangible						
2	toko mebel & elektronik H. Umar Kajeu Pekalongan mampu menjelaskan informasi barang dengan baik					
Empathy						



3.	toko mebel & elektronik H. Umar Kaje Pekalongan ramah saat memberikan pelayanan kepada konsumen						
Assurance							
4.	karyawan toko mebel & elektronik H.Umar sopan dan santun dalam menjelaskan produk kepada konsumen						

Variabel (X4) Product Assortmen

No	Pernyataan	Jawaban					
		SS	S	N	KS	STS	
lini produk							
1.	produk mebeul dan elektronik yang tersedia di H. Umar Kaje Pekalongan memiliki ukuran dan jenis yang beragam di setiap lininya.						
Ketersediaan produk							
2	Produk mebeul da elektronik yang tersedia di toko H. Umar Kaje Pekalongan , beraneka ragam jenisnya						
pilihan warna yang menarik							
3.	toko H.umar menyediakan produk mebeul dan elektronik dengan bentuk, ukuran, serta warna Yang menarik dan beragam.						
Informasi tampilan produk							
4.	toko mebel & elektronik H. Umar Kaje Pekalongan selalu memberikan Informasi tampilan produk secara jelas.						



Variabel (Y) Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	KS	STS
Pengenalan masalah						
1.	Kesadaran akan kebutuhan barang atau produk mebel yang ada di toko mebel & elektronik H. Umar Kajen Pekalongan					
Pencarian Informasi						
2.	Saya mengikuti perkembangan informasi tentang toko mebel & elektronik H.Umar Kajen Pekalongan di jejaring media sosialnya.					
3.	Saya tertarik mengunjungi toko H.Umar karena informasi yang saya peroleh dari sumber terdekat (kerabat atau teman)					
Evaluasi Alternatif						
4.	Saya berkunjung ke toko mebel & elektronik H.Umar Kajen Pekalongan telah melalui perbandingan dengan toko lain					
Keputusan Pembelian						
5.	Saya tertarik membeli produk di toko mebel & elektronik H.Umar Kajen Pekalongan karena tersedia beragam merek produk yang dijual					
Perilaku Pasca Pembelian						
6.	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian ulang di toko mebel & elektronik H.Umar Kajen Pekalongan setelah mengetahui informasi yang sesuai dengan keinginan saya.					
7.	Saya akan merekomendasikan orang lain untuk membeli produk di toko mebel & elektronik					

LAMPIRAN 2
TABULASI DATA PENELITIAN

NO.res P	PRICE					LOCATION					SERVICE QUALITY				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	JML	X2.1	X2.2	X2.3	x2.4	jml	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	JML
1	4	3	4	4	15	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16
2	5	4	5	5	19	5	5	5	4	19	5	5	4	4	18
3	4	4	5	5	18	4	4	4	5	17	4	4	5	5	18
4	5	4	5	5	19	5	5	4	5	19	4	4	5	5	18
5	5	4	5	5	19	5	4	5	4	18	4	5	5	4	18
6	4	4	3	4	15	4	3	4	5	16	4	4	4	3	15
7	4	5	5	5	19	5	5	4	4	18	4	5	5	5	19
8	5	4	5	4	18	5	4	4	5	18	5	5	4	4	18
9	5	4	5	5	19	4	4	5	5	18	5	4	4	5	18
10	5	4	5	5	19	5	5	4	4	18	5	5	4	4	18
11	4	4	4	3	15	4	4	3	4	15	4	5	3	3	15
12	5	4	5	4	18	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
13	4	4	4	5	17	5	3	4	5	17	4	4	5	4	17
14	4	5	5	5	19	5	5	4	4	18	4	5	5	4	18
15	5	4	5	5	19	5	5	4	5	19	5	5	5	4	19
16	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18
17	5	4	5	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15
18	5	5	5	5	20	4	4	5	4	17	5	4	4	4	17
19	4	4	5	5	18	5	4	4	5	18	4	5	4	4	17
20	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16





21	5	4	5	4	18	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17
22	5	4	5	4	18	4	4	4	4	16	5	4	4	5	18
23	5	4	4	4	17	3	4	4	5	16	5	3	4	4	16
24	5	5	5	5	20	4	5	4	4	17	5	4	4	5	18
25	5	4	5	4	18	5	5	4	5	19	5	5	4	4	18
26	4	5	5	5	19	5	5	4	4	18	4	5	4	4	17
27	5	4	5	4	18	4	5	4	4	17	5	4	5	4	18
28	4	4	4	5	17	5	4	5	4	18	4	5	4	3	16
29	5	4	5	4	18	4	4	4	5	17	5	4	4	5	18
30	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15
31	5	5	5	5	20	5	4	5	4	18	5	5	4	4	18
32	4	3	4	4	15	3	4	4	4	15	4	3	4	4	15
33	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
34	5	4	5	4	18	5	4	4	4	17	5	5	4	4	18
35	5	5	5	5	20	5	4	4	4	17	5	5	4	4	18
36	5	4	5	4	18	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18
37	4	3	4	4	15	4	4	3	5	16	4	4	4	4	16
38	5	4	5	4	18	4	4	4	5	17	5	4	4	4	17
39	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
40	4	3	4	4	15	3	4	4	4	15	4	3	3	4	14
41	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	5	4	4	5	18
42	5	4	5	4	18	5	3	4	4	16	5	5	4	3	17
43	5	5	5	5	20	5	4	4	4	17	5	5	5	4	19
44	5	4	5	4	18	4	5	5	4	18	5	4	4	4	17
45	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16



46	5	4	5	4	18	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
47	4	4	4	5	17	5	4	4	5	18	4	5	5	4	18
48	5	5	5	5	20	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20
49	5	4	5	4	18	4	4	5	4	17	5	4	4	3	16
50	5	5	5	5	20	5	4	5	4	18	5	5	5	5	20
51	5	4	5	4	18	4	5	5	4	18	5	4	4	4	17
52	5	5	5	5	20	5	4	4	5	18	5	5	5	5	20
53	5	4	5	4	18	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
54	3	4	4	3	14	4	4	4	3	15	3	4	4	4	15
55	5	4	5	4	18	5	4	4	4	17	5	5	4	3	17
56	5	4	5	4	18	5	4	4	4	17	5	5	5	4	19
57	4	3	4	3	14	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15
58	5	5	5	5	20	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20
59	5	4	5	4	18	5	5	3	4	17	5	5	4	4	18
60	5	5	5	5	20	5	5	4	4	18	5	5	5	4	19
62	5	4	5	4	18	5	4	4	4	17	5	5	5	4	19
62	4	3	4	4	15	3	4	4	3	14	4	3	3	4	14
63	5	4	5	4	18	4	3	5	4	16	5	4	4	4	17
64	4	4	4	5	17	4	4	4	5	17	3	4	4	5	16
65	5	5	5	5	20	5	4	5	4	18	5	5	5	5	20
66	5	4	5	4	18	5	5	4	5	19	5	5	4	3	17
67	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	4	4	18
68	5	4	5	4	18	4	5	5	4	18	5	4	4	4	17
69	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18
70	5	4	5	4	18	4	4	5	4	17	5	4	3	4	16



71	4	4	4	5	17	4	4	4	5	17	4	4	4	3	15
72	5	4	5	4	18	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18
73	5	4	5	4	18	5	4	4	5	18	5	5	5	4	19
74	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	4	4	3	4	15
75	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19	5	5	4	5	19
76	5	4	5	4	18	5	4	4	5	18	5	5	4	3	17
77	5	5	5	5	20	5	4	4	5	18	5	5	5	5	20
78	5	4	5	4	18	4	4	4	5	17	5	4	4	5	18
79	5	4	4	5	18	4	5	4	5	18	5	4	4	4	17
80	5	4	5	4	18	5	5	4	4	18	5	5	4	4	18
81	3	4	4	4	15	4	4	3	3	14	4	3	3	4	14
82	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19
83	5	4	5	4	18	5	4	4	5	18	5	5	4	4	18
84	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	5	5	5	4	19
85	5	4	5	5	19	4	4	5	5	18	5	4	4	5	18
86	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
87	5	4	5	4	18	5	4	4	5	18	5	5	4	4	18
88	5	4	4	5	18	4	5	4	4	17	5	4	5	4	18
89	5	4	5	5	19	5	4	4	5	18	5	5	4	4	18
90	5	4	5	5	19	4	5	4	4	17	5	4	5	4	18
91	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15
92	5	4	5	5	19	5	4	5	4	18	5	5	4	3	17
93	5	4	5	5	19	5	4	4	5	18	4	5	5	4	18
94	5	5	5	5	20	5	4	5	4	18	4	5	4	4	17
95	4	4	4	5	17	5	4	5	4	18	4	4	4	5	17

96	4	5	4	5	18	4	4	4	5	17	4	5	4	4	17
97	5	4	5	5	19	5	4	5	4	18	5	5	4	4	18
98	4	4	4	4	16	3	4	4	5	16	4	5	4	3	16
99	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19
100	4	5	5	5	19	5	4	5	4	18	5	5	4	5	19
	466	422	473	448	1809	448	424	423	436	1731	461	446	424	411	1742

NO.resp	PRODUCT ASSORTMENT					KEPUTUSAN PEMBELIAN							JML
	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	JML	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	
1	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	4	4	27
2	5	4	4	4	17	5	4	4	5	4	5	5	32
3	4	4	5	4	17	4	4	4	4	4	4	4	28
4	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	4	4	33
5	5	4	5	5	19	4	5	5	4	3	4	4	29
6	3	4	5	5	17	4	3	5	4	5	4	4	29
7	4	5	5	5	19	5	4	4	5	5	5	5	33
8	5	4	5	4	18	5	5	5	3	4	4	5	31
9	5	5	5	4	19	5	5	4	4	5	5	5	33
10	4	5	4	5	18	5	5	4	4	4	5	5	32
11	4	4	4	4	16	5	4	3	5	4	4	4	29
12	4	4	4	5	17	4	5	4	4	5	4	4	30
13	5	4	4	3	16	5	4	4	4	5	5	4	31
14	5	4	4	5	18	5	4	4	5	5	5	4	32





15	4	4	5	5	18	4	5	5	5	4	4	5	32
16	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	5	4	34
17	4	5	4	4	17	4	4	4	3	3	4	5	27
18	4	4	4	4	16	5	5	4	5	4	4	4	31
19	4	4	4	4	16	5	4	3	3	4	5	4	28
20	4	4	5	4	17	5	4	4	4	4	4	5	30
21	3	4	4	4	15	4	3	3	5	4	5	4	28
22	4	4	5	4	17	4	4	4	4	4	4	5	29
23	4	4	3	4	15	5	5	3	3	4	4	5	29
24	5	4	4	5	18	5	4	3	4	4	4	5	29
25	5	4	4	5	18	4	4	4	5	4	5	5	31
26	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	5	4	34
27	4	4	4	5	17	5	5	4	4	4	5	5	32
28	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	4	4	28
29	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	5	29
30	4	4	3	4	15	4	3	3	3	4	4	3	24
31	4	4	5	4	17	5	5	5	5	4	5	5	34
32	5	3	4	4	16	4	4	4	4	4	5	4	29
33	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	35
34	4	5	4	4	17	4	4	4	4	4	5	5	30
35	3	4	5	5	17	5	4	4	5	5	5	5	33
36	4	4	5	4	17	5	5	4	4	4	4	5	31
37	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
38	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	5	29
39	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	5	4	29



40	3	4	5	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
41	5	5	4	5	19	5	5	5	5	4	5	5	34
42	4	4	5	3	16	4	3	4	4	5	5	5	30
43	5	5	5	4	19	5	5	4	5	5	5	5	34
44	4	4	4	5	17	4	5	4	4	4	4	5	30
45	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
46	3	5	4	4	16	4	4	4	3	4	4	4	27
47	4	4	5	4	17	4	4	4	5	5	5	5	32
48	4	5	5	4	18	5	5	4	4	4	5	5	32
49	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	5	5	30
50	5	4	5	4	18	5	4	4	4	4	5	5	31
51	4	4	4	5	17	4	4	4	4	3	4	5	28
52	5	5	4	4	18	5	5	5	5	5	5	5	35
53	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	5	5	30
54	4	3	4	5	16	4	3	4	4	4	4	3	26
55	5	4	5	4	18	4	4	4	4	5	5	5	31
56	4	4	5	5	18	4	5	4	4	4	5	5	31
57	3	4	3	4	14	4	4	4	4	4	4	4	28
58	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	5	5	34
59	4	4	5	5	18	4	5	4	4	4	5	5	31
60	5	4	4	5	18	5	5	4	5	4	5	5	33
62	5	4	5	4	18	5	5	5	5	4	5	5	34
62	4	4	3	4	15	4	4	4	4	4	4	4	28
63	4	5	4	3	16	4	4	4	5	5	5	5	32
64	5	3	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28



65	5	4	5	5	19	5	5	5	5	4	5	5	34
66	4	4	5	5	18	5	4	4	5	5	4	4	31
67	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	5	5	34
68	4	4	5	5	18	4	5	4	4	4	5	5	31
69	5	4	5	5	19	5	5	5	4	4	5	5	33
70	3	4	4	4	15	4	4	4	4	4	4	4	28
71	4	4	3	4	15	4	4	3	3	3	4	4	25
72	4	4	5	5	18	4	4	4	4	5	5	5	31
73	5	3	4	4	16	5	4	4	4	4	5	5	31
74	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
75	4	5	5	5	19	5	4	5	5	4	5	5	33
76	4	4	5	4	17	4	4	5	4	4	5	5	31
77	5	4	5	4	18	5	5	4	5	5	5	5	34
78	4	4	5	4	17	4	4	4	3	4	5	5	29
79	4	4	4	5	17	4	4	3	4	4	4	5	28
80	4	4	5	5	18	4	4	5	4	4	4	5	30
81	3	3	5	4	15	5	4	3	3	4	4	4	27
82	5	4	5	5	19	5	4	4	5	4	5	5	32
83	5	5	4	4	18	5	4	4	4	5	4	4	30
84	4	5	5	5	19	5	4	5	5	5	5	5	34
85	5	4	4	4	17	5	5	4	4	5	5	5	33
86	4	5	5	5	19	5	4	4	5	5	5	5	33
87	3	4	5	5	17	5	5	4	4	4	5	5	32
88	4	4	5	5	18	4	4	4	5	5	4	5	31
89	5	4	4	4	17	5	4	4	5	5	4	4	31



90	5	4	5	5	19	5	5	5	5	4	4	5	33
91	4	4	4	4	16	4	4	3	5	4	4	4	28
92	5	4	5	4	18	5	4	5	5	4	5	5	33
93	4	4	5	4	17	4	5	4	5	4	5	5	32
94	5	5	4	4	18	5	4	4	4	4	5	5	31
95	4	5	4	4	17	4	4	4	4	4	5	4	29
96	5	5	4	4	18	5	4	4	4	5	5	4	31
97	4	4	5	4	17	5	4	4	5	4	5	5	32
98	3	4	5	4	16	4	3	3	4	5	4	5	28
99	4	5	5	5	19	5	4	4	5	4	5	5	32
100	5	4	5	4	18	5	5	5	5	4	4	4	32
	427	420	444	436	1727	451	429	411	430	424	456	461	3062

LAMPIRAN 3

Uji Validitas Dan Reabilitas

A. VALIDITAS

1. PRICE

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	PRICE
X1.1	Pearson Correlation	1	.260**	.717**	.179	.712**
	Sig. (2-tailed)		.009	.000	.074	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.260**	1	.435**	.614**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.009		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.717**	.435**	1	.230*	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.021	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.179	.614**	.230*	1	.701**
	Sig. (2-tailed)	.074	.000	.021		.000
	N	100	100	100	100	100
PRICE	Pearson Correlation	.712**	.786**	.778**	.701**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100



** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. LOCATION

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	LOCATION
X2.1	Pearson Correlation	1	.214*	.224*	.148	.707**
	Sig. (2-tailed)		.033	.025	.141	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.214*	1	.129	.013	.562**
	Sig. (2-tailed)	.033		.201	.898	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.224*	.129	1	-.010	.566**
	Sig. (2-tailed)	.025	.201		.922	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.148	.013	-.010	1	.494**
	Sig. (2-tailed)	.141	.898	.922		.000
	N	100	100	100	100	100
LOCATION	Pearson Correlation	.707**	.562**	.566**	.494**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3. SERVICE QUALITY

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	SERVICE_QUALITY
X3.1	Pearson Correlation	1	.269**	.173	.157	.622**
	Sig. (2-tailed)		.007	.085	.119	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.269**	1	.368**	-.002	.644**
	Sig. (2-tailed)	.007		.000	.987	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.173	.368**	1	.285**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.085	.000		.004	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.157	-.002	.285**	1	.575**
	Sig. (2-tailed)	.119	.987	.004		.000
	N	100	100	100	100	100
SERVICE_QUALITY	Pearson Correlation	.622**	.644**	.707**	.575**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100



** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

4. PRODUCT ASSORTMENT

		Correlations				PRODUCT_ASSORTMENT
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	
X4.1	Pearson Correlation	1	.112	.003	.038	.548**
	Sig. (2-tailed)		.267	.975	.710	.000
	N	100	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.112	1	.073	.138	.539**
	Sig. (2-tailed)	.267		.469	.170	.000
	N	100	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	.003	.073	1	.257**	.592**
	Sig. (2-tailed)	.975	.469		.010	.000
	N	100	100	100	100	100
X4.4	Pearson Correlation	.038	.138	.257**	1	.606**
	Sig. (2-tailed)	.710	.170	.010		.000
	N	100	100	100	100	100
PRODUCT_ASSORTMENT	Pearson Correlation	.548**	.539**	.592**	.606**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

1. KEPUTUSAN PEMBELIAN

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	KEPUTUSAN_PEMBELIAN
Y1	Pearson Correlation	1	.428**	.227*	.375**	.292**	.340**	.224*	.660**
	Sig. (2-tailed)		.000	.023	.000	.003	.001	.025	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.428**	1	.429**	.233*	.001	.203*	.343**	.620**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.020	.990	.043	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.227*	.429**	1	.389**	.112	.209*	.212*	.614**
	Sig. (2-tailed)	.023	.000		.000	.267	.037	.035	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.375**	.233*	.389**	1	.386**	.329**	.204*	.699**
	Sig. (2-tailed)	.000	.020	.000		.000	.001	.042	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.292**	.001	.112	.386**	1	.287**	.049	.491**
	Sig. (2-tailed)	.003	.990	.267	.000		.004	.631	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.340**	.203*	.209*	.329**	.287**	1	.452**	.638**
	Sig. (2-tailed)	.001	.043	.037	.001	.004		.000	.000

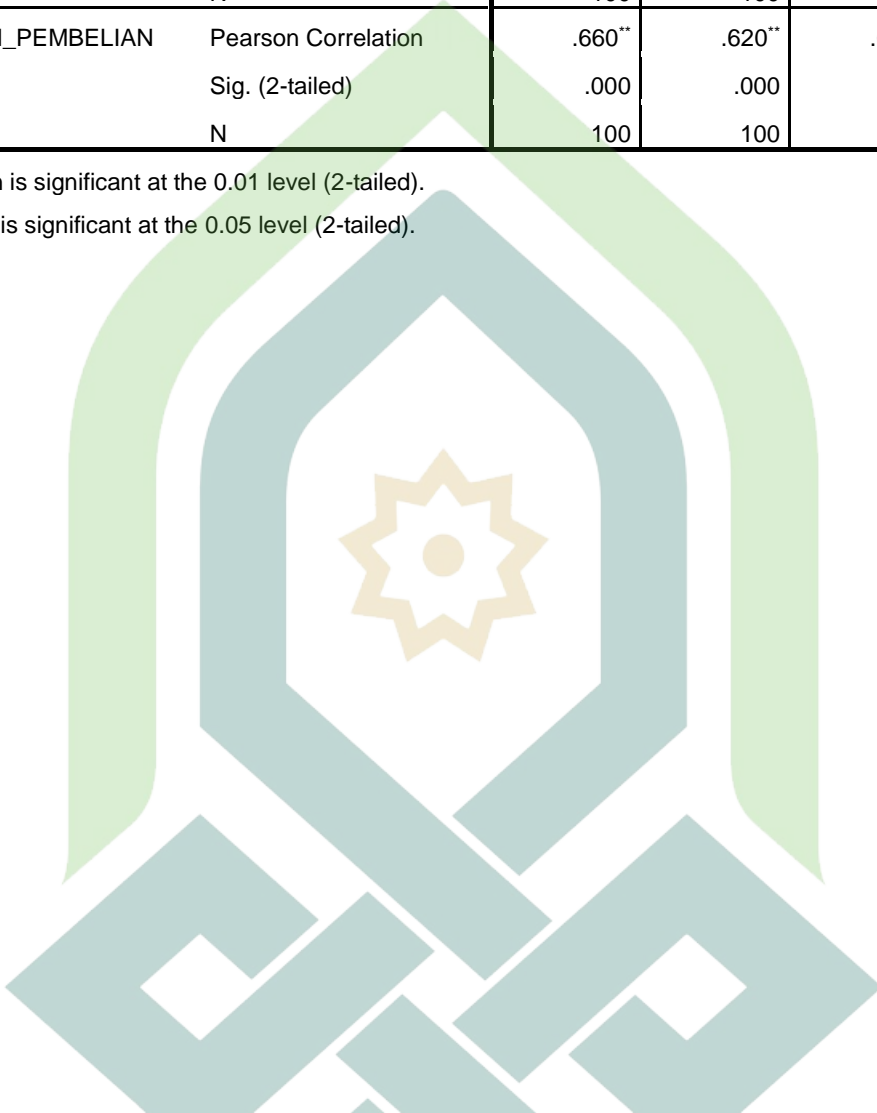




	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	.224*	.343**	.212*	.204*	.049	.452**	1	.568**
	Sig. (2-tailed)	.025	.000	.035	.042	.631	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
KEPUTUSAN_PEMBELIAN	Pearson Correlation	.660**	.620**	.614**	.699**	.491**	.638**	.568**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).





B. REABILITAS

1. PRICE

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.795	5

2. LOCATION

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.709	5

3. SERVICE QUALITY

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.744	5

4. PRODUCT ASSORTMENT

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.696	5

5. KEPUTUSAN PEMBELIAN

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.748	8



LAMPIRAN 4

Uji Asumsi Klasik

1. Hasil uji asumsi klasik

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.30685190
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.044
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.181 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

2. Uji Linieritas

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.000 ^a	.000	-.042	1.33408091

a. Predictors: (Constant), X4Sqr, X2Sqr, X3Sqr, X1Sqr

1. Uji Multikoleniritas

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.150	1.982		2.094	.039		
	X1	.356	.167	.237	2.137	.035	.264	3.783
	X2	-.010	.155	-.006	-.065	.948	.456	2.192
	X3	.465	.172	.290	2.699	.008	.280	3.578
	X4	.700	.165	.387	4.251	.000	.391	2.559

a. Dependent Variable: Y





2. Uji Heteroksiditas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.497	1.187	2.103	.038
	X1	.082	.100	.160	.416
	X2	.024	.093	.038	.801
	X3	-.016	.103	-.029	.880
	X4	-.178	.099	-.290	.074

a. Dependent Variable: Abs_RES

LAMPIRAN 5

Hasil Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis (Uji T Dan Uji F) Dan Uji Koefisien Determinasi

1. Uji Linier Berganda Dan Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.150	1.982		2.094	.039
	X1	.356	.167	.237	2.137	.035
	X2	-.010	.155	-.006	-.065	.948
	X3	.465	.172	.290	2.699	.008
	X4	.700	.165	.387	4.251	.000

a. Dependent Variable: Y

2. Uji hipotesis (uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	380.482	4	95.120	53.445	.000 ^b
	Residual	169.078	95	1.780		
	Total	549.560	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X2, X3, X1

3. Uji Determinasi R

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.832 ^a	.692	.679	1.334

a. Predictors: (Constant), X4, X2, X3, X1

b. Dependent Variable: Y





LAMPIRAN 6 Surat Permohonan Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Kabupaten Pekalongan
Website: www.febi.iainpekalongan.ac.id Email: febi@iainpekalongan.ac.id

Nomor : B.0721/In.30/F.IV/TT.00/11/2020
Lamp : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

12 November 2020

Kepada Yth,
Pengelola Toko H.Umar Kec. Kajen Kab. Pekalongan

di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa mahasiswa:

Nama : Widya Dwi Utami
NIM : 2013116045

adalah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Mahasiswa sebagaimana tersebut diatas akan melakukan penelitian di lembaga/wilayah yang Bapak/Ibu Pimpin guna keperluan menyusun skripsi dengan judul: "Pengaruh Price, Store Location, Service Quality, Product Assortment terhadap keputusan pembelian mebeul dan elektronik (studi kasus : Toko H. Umar Kajen, Kab. Pekalongan)".

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon bantuan Bapak/Ibu mengizinkan mahasiswa yang bersangkutan mengadakan riset guna penelitian skripsi tersebut.

Demikian atas kebijaksanaan, izin dan bantuan Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



Shinta Dewi Rismawati

VISI FAKULTAS EKONOMI & BISNIS ISLAM:
Menjadi Fakultas terkemuka dan kompetitif dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam berwawasan keindonesiaan di tingkat nasional pada tahun 2035

VISI JURUSAN EKONOMI SYARIAH:
Menjadi Jurusan yang berkemuka dan kompetitif dalam menghasilkan profesional dan entrepreneur di bidang ekonomi syariah berwawasan ke-Indonesiaan di tingkat nasional pada tahun 2035



LAMPIRAN 7
SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN



TOKO H.UMAR

MEBEUL DAN ELEKTRONIK

Jl. Diponegoro 765 Kajen, Pekalongan 5116

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Saya yang bertabda tangan dibawah ini ada;ah pengelola Toko H.Umar Kajen, menerangkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan

Nama : Widya Dwi Utami

Nim : 2013116045

Jurusan : Ekonomi Syariah

Benar-benar telah melakukan penelitian di Toko H.Umar Kajen dengan judul ***Pengaruh Price, Store Location, Service Quality, Dan Product Assortment Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Toko H.Umar Kajen Kab.Pekalongan)***.Demikian surat keterangan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk di gunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pekalongan, 10 November 20220

Tony Wibowo



LAMPIRAN 8

Dokumentasi Pengeisian Angket





RIWAYAT HIDUP

Identitas diri

Nama : Widya Dwi Utami
Tempat, Tanggal Lahir : Brebes, 25 April 1998
Alamat : Ds. Banjaran Kec. Salem Kabupaten Brebes

Identitas Keluarga

Nama Ayah : Tasjo Sugito
Nama Ibu : Wartinah
Nama Kaka : Cicih Hernawati
Alamat : Ds. Banjaran Kec. Salem Kab. Brebes

Pendidikan

- | | |
|---|-----------|
| 1. Sd Negeri Banjaran 01 | 2004-2010 |
| 2. Smp Negeri 01 Salem | 2010-2013 |
| 3. Sma Negeri 01 Salem | 2013-2016 |
| 4. Institut Agama Islam Negeri Pekalongan | 2016-2020 |

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Brebes, 11 November 2020

Penulis

Widya Dwi Utami



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
UNIT PERPUSTAKAAN

Jl. Kusuma Bangsa No. 9 Pekalongan, Telp. (0285) 412575 Faks. (0285) 423418
Website : perpustakaan.iainpekalongan.ac.id Email : perpustakaan@iainpekalongan.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : WIDYA DWI UTAMI
NIM : 2013116045
Jurusan : EKONOMI SYARIAH
E-mail address : widyadwiutami7w@gmail.com
No. Hp : 082246475261

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

Yang berjudul :

PENGARUH PRICE, STORE LOCATION, SERVICE QUALITY, DAN PRODUCT ASSORTMENT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEUBEL DAN ELEKTRONIK (Studi Kasus Toko H.Umar Kajen, Kab. Pekalongan)

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 29 November 2020



WIDYA DWI UTAMI
NIM.2013116045

NB : Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam CD.