

**PENGARUH LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAAN  
CFC DI LUBUK PAKAM**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Mengikuti Sidang Meja Hijau  
Di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatra Utara**

**Diajukan oleh:**

<b>NAMA</b>	<b>: ALEX SAPUTRA</b>
<b>STB/NPM</b>	<b>: 16.312097 / 71160312097</b>
<b>PROGRAM PENDIDIKAN</b>	<b>: STRATA SATU (S1)</b>
<b>PROGRAM STUDI</b>	<b>: MANAGEMENT</b>
<b>KONSETRASI</b>	<b>: PEMASARAN</b>



**UNIVERSITAS ISLAM SUMATRA UTARA  
FALKULTAS EKONOMI  
MEDAN  
2020**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa shalawat beriring salam kita hadiahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad Saw, yang telah membawah kita dari jaman kegelapan ke jaman yang terang benderang dan semoga kita mendapat syafaatnya. Aamiin Yarabbal Alamiin.

Penulisan Skripsi ini berjudul : Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian CFC Di Lubuk Pakam. Penulisan menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan kelemahan baikdari segi isi maupun teknis penulisannya, disebabkan minimnya pengetahuan danpengalaman yang penulis miliki, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dansaran bimbingan dari berbagai pihak demi ksempurnaan Skripsi ini.

Dalam penulisan Skripsi ini tidak terlepas adanya bantuan dari berbagai pihak, baikyang sifatnya moril maupun materil, oleh karena itu pada kesempatan yang baik ini penulismengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Yanhar Jamaludin, MAP selaku Rektor Universitas Islam Sumatra Utara Medan.
2. Ibu Dr.Hj. Safrida.,SE.,M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatra Utara Medan.

3. Supriadi. SE,MM,M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak membantu penulis sehingga terselesainya skripsi ini dengan baik.
4. Bapak Ilham Sonata.,S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak membantu penulis sehingga terselesainya skripsi ini dengan baik.
5. Bapak dan Ibu dosen, serta pegawai di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatra Utara Medan.
6. Kedua orang tua saya yaitu ayahanda Junaidi dan ibunda tercinta Rubiyah yang telah membesarkan dengan susah payah dan mencukupi kebutuhan penulis dari kecil sampai penulis dewasa ini, semoga apa yang ayah dan ibu berikan kepada penulis dibalas oleh Allah SWT aamiin.
7. Untuk kakanda Irvan Rustinadan kakanda Sri Windarsi yang sudah menyemangati penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
8. Seluruh kerabat dan teman-teman penulis yang dimana namanya tidak dapat disebutkan satu - persatu yang telah memberikan dorongan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Akhirnya, segala bantuan yang diberikan dari berbagai pihak mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT, semoga ilmu yang diperoleh dapat disumbangkan kepada agama, nusa dan bangsa. Aamiin.

Medan, september 220

Penulis

**ALEX SAPUTRA**

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	
<b>ABSTRACT .....</b>	
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Batasan dan Rumusan Masalah .....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
2.1 Uraian Teoritis .....	10
2.1.1 Manajemen .....	10
2.1.2 Pengertian Manajemen.....	10
2.1.3 Pengertian Pemasaran .....	11
2.1.4 Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	12
2.2 Lokasi .....	14
2.2.1 Pengetian Lokasi .....	14
2.2.2 Fungsi Lokasi .....	15
2.2.3 Indikator Lokasi .....	16

2.2.4	Pemilihan Lokasi.....	16
2.3	Promosi .....	17
2.3.1	Pengertian Promosi .....	17
2.4	Keputusan Pembelian.....	18
2.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian .....	18
2.4.2	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	19
2.4.3	Dimensi – Dimensi Keputusan Pembelian .....	21
2.4.4	Proses Keputusan Pembelian .....	22
2.5	Penelitian Terdahulu .....	24
2.6	Kerangka Konseptual .....	30
2.6.1	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian ..	32
2.6.2	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	32
2.7	Hipotesis .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>35</b>
3.1	Lokasi, Objek dan Waktu Penelitian.....	35
3.1.1	Lokasi Penelitian.....	35
3.1.2	Objek Penelitian.....	35
3.1.3	Waktu Penelitian .....	35
3.2	Populasi dan Sampel .....	36
3.2.1	Populasi.....	36
3.2.2	Sampel.....	36

3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.4	Teknik Analisis Data.....	38
	3.4.1 Uji Validitas .....	38
	3.4.2 Uji Reliabilitas .....	39
	3.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	40
	3.4.4 Uji F .....	40
	3.4.5 Uji t .....	41
	3.4.6 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	41
<b>BAB IV</b>	<b>GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
4.1	Sejarah PT Pioneerindo Gourmet International Tbk .....	42
4.2	Visi & Misi .....	43
	4.2.1 Pengertian Visi & Misi.....	43
	4.2.2 Visi .....	44
	4.2.3 Misi.....	44
	4.2.4 Struktur Organisasi PT Pioneerindo GourmetInternational Tbk .....	44
4.3	Alasan CFC Lubuk Pakam Memilih Lokasi .....	53
4.4	Promosi Yang digunakan CFC Lubuk Pakam .....	56
<b>BAB V</b>	<b>ANALISIS DAN EVALUASI.....</b>	<b>58</b>
5.1	Analisis Data.....	58
	5.1.1 Karakteristik Responden .....	58
5.2	Penyajian Data dan Variabel – Variabel Penelitian.....	59

5.2.1 Penyajian Data dan Variabel Bebas Lokasi (X <sub>1</sub> ) CFC Lubuk Pakam .....	59
5.2.2 Penyajian Data dan Variabel Bebas Lokasi (X <sub>2</sub> ) CFC Lubuk Pakam .....	60
5.2.3 Penyajian Data dan Variabel Terikat Terhadap Keputusan Pembelian di (Y) CFC Lubuk Pakam.....	62
5.3 Evaluasi Data.....	64
5.3.1 Uji Validitas .....	64
5.3.2 Uji Reliabilitas.....	65
5.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
5.5 Uji Hipotesis .....	67
5.5.1 Uji F (Simultan).....	67
5.5.2 Uji T (Parsial).....	68
5.5.3 Uji Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	69
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>70</b>
6.1 Kesimpulan.....	70
6.2 Saran .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	

## DAFTAR TABEL

### Halaman

#### Tabel Keterangan

1.1 : Daftar Top 10 Perusahaan Restoran Fast Food di Indonesia Tahu 2020 ....	2
1.2 : Top Brand Index .....	3
2.1 : Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	24
3.1 : Rencana Waktu Penelitian .....	36
5.1 : Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	58
5.2 : Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	59
5.3 : X1.1.....	59
5.4 : X1.2 .....	60
5.5 : X1.3 .....	60
5.6 : X2.1.....	60
5.7 : X2.2.....	61
5.8 : X2.3.....	61
5.9: Y.1.....	62
5.10 : Y.2.....	62
5.11 : Y.3.....	63
5.12 : Y.4.....	63
5.13 : Uji Validitas Lokasi (X <sub>1</sub> ) .....	64
5.14 : Uji Validitas Promosi (X <sub>2</sub> ).....	64
5.15 : Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	65
5.16 : Uji Reliabilitas .....	65



5.17 : Regresi linier Berganda.....	66
5.18 : Uji f (Simultan).....	67
5.19 : Uji t(Uji Parsial).....	68
5.20 : Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	69

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Gambar Keterangan</b>	
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	22
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual .....	33
Gambar 4.1 Struktur Organisasi .....	45

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan. (2013). **Marketing dan kasus – kasus pilihan**. Yogyakarta CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Aprih Santoso, Sri Yuni Widowati. Desember (2011). Pengaruh **Kualitas Layanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kopima USM)**. ISSN:1410-9859.
- Abdurrahman dan Achmad Sanusi. (2015). **Manajemen Strategi Pemasaran**, CV Pustaka Setia, Bandung.
- Agus, Hermawan. (2012). **Komunikasi Pemasaran**. Jakarta: Erlangga.
- Annisa Lisdayanti. (2017). **Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada The Milk Bar Café Bandung**, Sustainable Competitive Advantage, Vol. 7, No. 7.
- Buchari Alma. (2016). **Manajemen Pemasaran dan Manajemen Pemasaran Jasa**, Alfabeta, Bandung.
- Fandy Tjiptono. (2015). **Strategi Pemasaran (edisi 4)**. Yogyakarta: ANDI.
- Hendra Fure, (2013). **Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli pada Pasar Traditional Bersehati Calaca**, Jurnal EMBA, Vol.1 No.3.
- Hasibuan, Malayu. (2016). **Manajemen Sumber Daya Manusia**, PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Harman Malau.(2017). **Manajemen Pemasaran**, Alfabeta, Bandung.
- Kotler dan Amstrong. (2016). **Prinsip-prinsip Pemasaran**. Jakarta:Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, terjemahan Bob Sabran. (2016). **Manajemen Pemasaran, Edisi 14 Jilid 1 dan 2**, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016): **Marketing Management, 15th Edition New Jersey**: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Lupiyoadi dan Hamdani. (2011). **Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua**, Salemba Empat, Jakarta.
- Machfoedz. (2013). **Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitas**. Yogyakarta.

- Mimi SA. (2015), **Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Ranch Market Jurnal Ekonomi Volume XX**, Nomor 01
- Mulyadi Nitisusantro. (2012). **Prilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan**. Bandung: Alfabeta.
- Nawawi. (2012). **Kepemimpinan Mengefektifkan Oorganisasi. Yogyakarta, jilid kedua**. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi Rambat. (2014). **Manajemen Pemasaran Jasa**. Edisi 3, Salemba Empat: Jakarta.
- Lupiyoadi Rambat dan A. Hamdani. (2011). **Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2**. Jakarta: Salemba Empat.
- Ratih Hurriyati. (2015). **Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, Cetakan ke-4**, Alfabeta, Bandung.
- Sunyoto. (2015). **Perilaku Konsumen dan Pemasaran**. CAPS: Yogyakarta.
- Stoner dan freeman. (2012). **Manajemen. Sarabaya** : Gramedia.
- Assauri Sofjan. (2013). **Manajemen Pemasaran**, Rajawali Pers, Jakarta.
- Sugiyono. (2017). **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D**. Bandung : Alfabeta, CV.
- <https://massugiyantojambi.wordpress.com/2011/04/15/teori-motivasi/>
- Suparyanto dan Rosad. (2014). **Manajemen Pemasaran**, In Media, Bogor.
- Tjiptono. (2015). **Strategi Pemasaran**. Yogyakarta : CV ANDI OFFset
- Thamrin Abdullah dan Francis Tantri. (2016). **Manajemen Pemasaran**, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Ujang Suwarman. (2014). **Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, Edisi ke-2**, Ghalia Indonesia, Jakarta.

# **LAMPIRAN**

**KUESIONER PENELITIAN**  
**PENGARUH LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP**  
**KEPUTUSAN PEMBELIAN CFC DI LUBUK PAAKM**

**(STUDI KASUS CFC LUBUK PAKAM)**

Kepada Yth :

Bapak/ibu,Sdr/i Responden

*Pelanggan CFC Lubuk Pakam*

Berilah jawaban pertanyaan berikut sesuai dengan pendapat anda/saudara dengan cara memberi tanda (√) pada kolom yang tersedia.

Keterangan Pilihan Jawaban :

- SS = Sangat Setuju (5)
- S = Setuju (4)
- N = Netral (3)
- TS = Tidak Setuju (2)
- STS = Sangat Tidak Setuju (1)

**II. IDENTITAS RESPONDEN**

Nama :

Umur :

Alamat :

Jenis Kelamin : A.pria B.wanita

## II. TANGGAPAN RESPONDEN

Kepada Responden yang saya hormati, mohon memberi jawaban dengan memberi tanda (√) yang menurut anda paling sesuai.

### Pertanyaan untuk variabel lokasi (X1)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Tempatnya muda di akses transportasi umum					
2	Tempatnya terletak di keramaian pusat kota					
3	Tempat CFC Lubuk pakam mudah ditemui					

### Pertanyaan untuk variabel promosi (X2)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	CFC Lubuk Pakam sering memberikan potongan harga pada saat tertentu					
2	Paket hemat yang ditawarkan CFC mampu membujuk untuk melakukan pembelian					
3	Informasi promosi CFC muda di temui					

### Pertanyaan untuk variabel keputusan pembelian (Y)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	saya memutuskan membeli produk CFC karena harga sesuai					
2	Memutuskan membeli produk CFC karena paket yang ditawarkan menarik					
3	Saya membeli produk CFC karena dekat dari tempat tinggal					
4	Saya membeli produk CFC karena tempatnya nyaman					

No. Responden	LOKASI			TOTAL
	X1 1	X1 2	X1 3	
1	4	5	5	14
2	5	5	4	14
3	5	5	5	15
4	5	5	4	14
5	4	4	4	12
6	4	4	4	12
7	5	4	5	14
8	5	5	5	15
9	5	4	5	14
10	5	4	5	14
11	5	5	5	15
12	5	5	4	14
13	5	5	5	15
14	5	5	5	15
15	5	4	4	13
16	4	5	5	14
17	5	5	5	15
18	5	5	5	15
19	5	5	5	15
20	5	5	5	15
21	5	5	5	15
22	5	5	5	15
23	5	5	5	15
24	5	5	5	15
25	5	5	5	15
26	5	5	5	15
27	5	5	5	15
28	4	4	4	13
29	4	4	4	13
30	4	4	4	13
31	5	5	5	15
32	4	4	4	13
33	4	4	4	13
34	5	4	5	14
35	5	5	4	14
36	4	4	4	13
37	5	5	5	15
38	5	4	5	14
39	5	5	4	14
40	4	4	4	13
41	4	4	4	13
42	5	4	5	14
43	4	4	4	13
44	4	5	5	14
45	5	5	4	14
46	5	5	5	15
47	5	5	4	14
48	4	4	4	12
49	4	4	4	12
50	5	4	5	14
51	5	5	5	15
52	5	4	5	14
53	5	4	5	14
54	5	5	5	15
55	5	5	4	14
56	5	5	5	15



57	5	5	5	15
58	5	4	4	13
59	4	5	5	14
60	5	5	5	15
61	5	5	5	15
62	5	5	5	15
63	5	5	5	15
64	5	5	5	15
65	5	5	5	15
66	5	5	5	15
67	5	5	5	<b>15</b>
68	5	5	5	15
69	5	5	5	15
70	5	5	5	15
71	4	4	4	13
71	4	4	4	13
72	4	4	4	13
73	5	5	5	15
74	4	4	4	13
75	4	4	4	13
76	5	4	5	14
77	5	5	4	14
78	4	4	4	13
79	5	5	5	15
80	5	4	5	14
81	5	5	4	14
82	4	4	4	13
83	4	4	4	13
84	5	4	5	14
85	4	4	4	13
86	4	5	5	14
87	5	5	4	14
88	5	5	5	15
89	5	5	4	14
90	4	4	4	12
91	4	4	4	12
92	5	4	5	14
93	5	5	5	15
94	5	4	5	14
95	5	4	5	14
96	5	5	5	15

No. Responden	PROMOSI			TOTAL
	X1 1	X1 2	X1 3	
1	4	5	5	14
2	5	5	4	14
3	5	5	5	15
4	5	5	4	14
5	4	4	4	12
6	4	4	4	12
7	5	4	5	14
8	5	5	5	15
9	5	4	5	14
10	5	4	5	14
11	5	5	5	15
12	5	5	4	14
13	5	5	5	15
14	5	5	5	15
15	5	4	4	13
16	4	5	5	14
17	5	5	5	15
18	5	5	5	15
19	5	5	5	15
20	5	5	5	15
21	5	5	5	15
22	5	5	5	15
23	5	5	5	15
24	5	5	5	15
25	5	5	5	15
26	5	5	5	15
27	5	5	5	15
28	4	4	4	13
29	4	4	4	13
30	4	4	4	13
31	5	5	5	15
32	4	4	4	13
33	4	4	4	13
34	5	4	5	14
35	5	5	4	14
36	4	4	4	13
37	5	5	5	15
38	5	4	5	14
39	5	5	4	14
40	4	4	4	13
41	4	4	4	13
42	5	4	5	14
43	4	4	4	13
44	4	5	5	14
45	5	5	4	14
46	5	5	5	15
47	5	5	4	14
48	4	4	4	12
49	4	4	4	12
50	5	4	5	14
51	5	5	5	15
52	5	4	5	14
53	5	4	5	14
54	5	5	5	15
55	5	5	4	14
56	5	5	5	15

57	5	5	5	15
58	5	4	4	13
59	4	5	5	14
60	5	5	5	15
61	5	5	5	15
62	5	5	5	15
63	5	5	5	15
64	5	5	5	15
65	5	5	5	15
66	5	5	5	15
67	5	5	5	15
68	5	5	5	15
69	5	5	5	15
70	5	5	5	15
71	4	4	4	13
71	4	4	4	13
72	4	4	4	13
73	5	5	5	15
74	4	4	4	13
75	4	4	4	13
76	5	4	5	14
77	5	5	4	14
78	4	4	4	13
79	5	5	5	15
80	5	4	5	14
81	5	5	4	14
82	4	4	4	13
83	4	4	4	13
84	5	4	5	14
85	4	4	4	13
86	4	5	5	14
87	5	5	4	14
88	5	5	5	15
89	5	5	4	14
90	4	4	4	12
91	4	4	4	12
92	5	4	5	14
93	5	5	5	15
94	5	4	5	14
95	5	4	5	14
96	5	5	5	15

No. Responden	KEPUTUSAN PEMEBELIAN				TOTAL
	Y1	Y2	Y3	Y4	
1	4	5	5	5	19
2	5	5	4	4	18
3	5	5	5	5	20
4	5	5	4	4	18
5	4	4	4	4	16
6	4	4	4	4	16
7	5	4	5	5	19
8	5	5	5	5	20
9	5	4	5	5	19
10	5	4	5	5	19
11	5	5	5	5	20
12	5	5	4	4	18
13	5	5	5	5	20
14	5	5	5	5	20
15	5	4	4	4	17
16	4	5	5	5	19
17	5	5	5	5	20
18	5	5	5	5	20
19	5	5	5	5	20
20	5	5	5	5	20
21	5	5	5	5	20
22	5	5	5	5	20
23	5	5	5	5	20
24	5	5	5	5	20
25	5	5	5	5	20
26	5	5	5	5	20
27	5	5	5	5	20
28	4	4	4	4	16
29	4	4	4	4	16
30	4	4	4	4	16
31	5	5	5	5	20
32	4	4	4	4	18
33	4	4	4	4	18
34	5	4	5	5	19
35	5	5	4	4	18
36	4	4	4	4	16
37	5	5	5	5	20
38	5	4	5	5	19
39	5	5	4	4	18
40	4	4	4	4	16
41	4	4	4	4	16
42	5	4	5	5	19
43	4	4	4	4	16
44	4	5	5	5	19
45	5	5	4	4	18
46	5	5	5	5	20
47	5	5	4	4	18
48	4	4	4	4	16
49	4	4	4	4	16
50	5	4	5	5	19
51	5	5	5	5	20
52	5	4	5	5	19
53	5	4	5	5	19
54	5	5	5	5	20
55	5	5	4	4	18
56	5	5	5	5	20
57	5	5	5	5	20

58	5	4	4	4	17
59	4	5	5	5	19
60	5	5	5	5	20
61	5	5	5	5	20
62	5	5	5	5	20
63	5	5	5	5	20
64	5	5	5	5	20
65	5	5	5	5	20
66	5	5	5	5	20
67	5	5	5	5	20
68	5	5	5	5	20
69	5	5	5	5	20
70	5	5	5	5	20
71	4	4	4	4	16
71	4	4	4	4	16
72	4	4	4	4	16
73	5	5	5	5	20
74	4	4	4	4	18
75	4	4	4	4	18
76	5	4	5	5	19
77	5	5	4	4	18
78	4	4	4	4	16
79	5	5	5	5	20
80	5	4	5	5	19
81	5	5	4	4	18
82	4	4	4	4	16
83	4	4	4	4	16
84	5	4	5	5	19
85	4	4	4	4	16
86	4	5	5	5	19
87	5	5	4	4	18
88	5	5	5	5	20
89	5	5	4	4	18
90	4	4	4	4	16
91	4	4	4	4	16
92	5	4	5	5	19
93	5	5	5	5	20
94	5	4	5	5	19
95	5	4	5	5	19
96	5	5	5	5	20

**Responden Variabel Bebas Lokasi (X<sub>1</sub>)****X1.1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
S	40	41,7	41,7	41,7
Valid SS	56	58,3	58,3	100,0
Total	96	100,0	100,0	

**X1.2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
S	33	34,4	34,4	34,4
Valid SS	63	65,6	65,6	100,0
Total	96	100,0	100,0	

**X1.3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
S	45	46,9	46,9	46,9
Valid SS	51	53,1	53,1	100,0
Total	96	100,0	100,0	

**Responden Variabel Bebas Promosi (X<sub>2</sub>)****X2.1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	1	1,0	1,0	1,0
TS	2	2,1	2,1	3,1
Valid N	16	16,7	16,7	19,8
S	47	49,0	49,0	68,8
SS	30	31,3	31,3	100,0
Total	96	100,0	100,0	

**X2.2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	2	2,1	2,1	2,1
N	24	25,0	25,0	27,1
Valid S	49	51,0	51,0	78,1
SS	21	21,9	21,9	100,0
Total	96	100,0	100,0	

**X2.3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N	7	7,3	7,3	7,3
Valid S	44	45,8	45,8	53,1
SS	45	46,9	46,9	100,0
Total	96	100,0	100,0	

**Responden Variabel Terikat Keputusan pembelian (Y)****Y.1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N	1	1,0	1,0	1,0
Valid S	43	44,8	44,8	45,8
SS	52	54,2	54,2	100,0
Total	96	100,0	100,0	

**Y.2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N	2	2,1	2,1	2,1
Valid S	49	51,0	51,0	53,1
SS	45	46,9	46,9	100,0
Total	96	100,0	100,0	

**Y.3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	4	4,2	4,2	4,2
N	5	5,2	5,2	9,4
Valid S	49	51,0	51,0	60,4
SS	38	39,6	39,6	100,0
Total	96	100,0	100,0	

**Y.4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	4	4,2	4,2	4,2
N	5	5,2	5,2	9,4
Valid S	49	51,0	51,0	60,4
SS	38	39,6	39,6	100,0
Total	96	100,0	100,0	

**Uji Validitas Lokasi X<sub>1</sub>**

**Correlations**

		X1.1	X1.2	X1.3	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,682**	,516**	,858**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	96	96	96	96
X1.2	Pearson Correlation	,682**	1	,586**	,882**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	96	96	96	96
X1.3	Pearson Correlation	,516**	,586**	1	,823**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	96	96	96	96
TOTAL_X1	Pearson Correlation	,858**	,882**	,823**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96

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



### Uji Validitas promosi (X<sub>2</sub>)

		Correlations			
		X2.1	X2.2	X2.3	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,498**	,234*	,794**
	Sig. (2-tailed)		,000	,022	,000
	N	96	96	96	96
X2.2	Pearson Correlation	,498**	1	,381**	,829**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	96	96	96	96
X2.3	Pearson Correlation	,234*	,381**	1	,656**
	Sig. (2-tailed)	,022	,000		,000
	N	96	96	96	96
TOTAL_X2	Pearson Correlation	,794**	,829**	,656**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96

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

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

### Uji Validitas keputusan pembelian (Y)

		Correlations				
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TOTAL_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	,453**	,182	,182	,547**
	Sig. (2-tailed)		,000	,076	,076	,000
	N	96	96	96	96	96
Y.2	Pearson Correlation	,453**	1	,178	,178	,549**
	Sig. (2-tailed)	,000		,082	,082	,000
	N	96	96	96	96	96
Y.3	Pearson Correlation	,182	,178	1	1,000**	,884**
	Sig. (2-tailed)	,076	,082		,000	,000
	N	96	96	96	96	96
Y.4	Pearson Correlation	,182	,178	1,000**	1	,884**
	Sig. (2-tailed)	,076	,082	,000		,000
	N	96	96	96	96	96
TOTAL_Y	Pearson Correlation	,547**	,549**	,884**	,884**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96

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

### UjiReabilitasLokasi (X<sub>1</sub>)

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,814	3

### UjiReabilitas Promosi(X<sub>2</sub>)

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,640	3

### UjiReabilitas Keputusan pembelian (Y)

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,715	4

**Regresi Linier Berganda****Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,533	3,677		5,802	,097
	Lokasi	,481	,155	,401	3,413	,001
	Promosi	,458	,117	,498	4,237	,000

a. Dependent Variable: Total\_

**Uji f (Simultan)****ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	476,042	2	3,329	30,923	,000 <sup>b</sup>
	Residual	212,771	93	3,606		
	Total	688,813	95			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Promosi, Lokasi

**Uji t (Parsial)****Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,533	3,677		5,802	,097
	Lokasi	,481	,155	,401	3,413	,001
	Promosi	,458	,117	,498	4,237	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### Uji R<sup>2</sup>(Determinasi)

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,740 <sup>a</sup>	,650	,489	2,899

a. Predictors: (Constant), Promosi, Lokasi



# UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA

## FAKULTAS EKONOMI

Kampus Jalan Sisingamangaraja - Teladan Medan - 20217

Telp. (061) 7869880 - Fax. (061) 7869880

Bila membalas surat ini, harap menyebutkan Tanggal dan Nomor Surat kami

Cable Address  
FEKON UISU MEDAN

### SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA

Nomor : 200 Tahun 2020

Tentang

### PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara, setelah :**

- Menimbang :**
1. Bahwa penyusunan skripsi merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi UISU Medan.
  2. Bahwa demi kelancaran penyusunan skripsi tersebut perlu ditetapkan Dosen Pembimbing Skripsi.
  3. Bahwa demi legalitas dimaksud pada butir 2, maka perlu diterbitkan Surat Keputusan.
- Mengingat :**
1. Undang-Undang No.20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional.
  2. Undang-Undang Nomor : 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi.
  3. Peraturan Pemerintah RI Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan.
  4. Peraturan Pemerintah RI Nomor : 49 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi.
  5. Peraturan Pemerintah RI Nomor : 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi.
  6. Keputusan Nomor : 045/U/2000 tentang Kurikulum Inti Pendidikan Tinggi
  7. Keputusan Mendiknas RI Nomor : 232/U/2000 tentang Pedoman Penyusunan Kurikulum Nasional Pendidikan.
  8. Surat Keputusan Dirjen Dikti Nomor : 163/DIKTI/Kep/2007, tentang Penataan dan Kodefikasi program studi pada perguruan Tinggi.
  9. Statuta Universitas Islam Sumatera Utara Tahun 2003
  10. Surat Keputusan Rektor UISU Nomor : 355 Tahun 2019 Tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Ekonomi (DR. Safrida.,S.E.,M.Si) Masa Bakti 2019-2023.
  11. SK.BAN-PT Nomor :1806/SK/BAN-PT/Akred/S/V/2019, menyatakan bahwa Program Studi Sarjana Manajemen, UISU Medan terakreditasi dengan peringkat Akreditasi B
- Memperhatikan :**
- Surat Usulan dari Ketua Jurusan/Program Studi **Manajemen** tentang Dosen Pembimbing Skripsi atas nama mahasiswa yang bernama : **Alex Saputra Stb/NPM :16.312097 / 71160312097**, Jurusan/Program Studi : **Manajemen**, Judul Skripsi **Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian CFC Di Lubuk Pakam.**

### Memutuskan :

- Menetapkan Pertama :**
- Mengangkat Dosen Pembimbing Skripsi mahasiswa tersebut terdiri dari :
- **Supriadi.,S.E.,M.M.,M.Si** Sebagai Dosen Pembimbing I
  - **Ilham Sonata.,S.E.,M.M** Sebagai Dosen Pembimbing II
- Kedua :**
- Surat Keputusan ini berlaku sampai dengan selesainya masa studi mahasiswa yang bersangkutan dan sesuai dengan Peraturan Akademik yang berlaku di Fakultas Ekonomi UISU Medan.
- Ketiga :**
- Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila terdapat kekeliruan di kemudian hari akan diperbaiki sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Medan

Pada Tanggal : 08 Rajab 1441 H  
03 Maret 2020 M

Dekan

Dr. Safrida.,S.E.,M.Si

**Tembusan : Yth disampaikan kepada :**



1. Yth. Dosen Pembimbing I dan II
2. Yth. Mahasiswa Yang Bersangkutan
3. Yth. Ketua Jurusan/Program Studi.
4. Pertiinggal

No	Hari/ Tanggal	Judul Kegiatan	Pembimbing	
			Nama	T. Tangan

Catatan :

1. Lembar ini harus diisi setiap pembimbingan termasuk kegiatan pembimbingan bersama untuk penulisan proposal skripsi.
2. Lembar ini dapat diperbanyak jika diperlukan dan dilekatkan dalam buku ini.
3. Contoh : Tanggal 10 Maret 2017 mendiskusikan latar belakang penelitian

KEGIATAN BIMBINGAN PENELITIAN DAN  
PENULISAN SKRIPSI

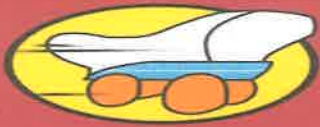
No	Hari/ Tanggal	Judul Kegiatan	Pembimbing	
			Nama	T. Tangan
1.	Rabu. 16-sept 2020	- Bant sumber rth tabel 1.1 & 1.2. - Antara daftar pustaka dan bibliografi harus singkat - pada bab. IV lengkap dengan alas pembatas menyebut deskripsi yg ada selurangnya dan bentuk 2 promosi yg di lakukan pembatas - garis di perbaiki dan di pertajam - apabila kesalahan ? perbaiki		
	24-sept 2020	- judul di perbaiki. dan anda - lanjut bab. I		

No	Hari/ Tanggal	Judul Kegiatan	Pembimbing	
			Nama	T. Tangan

No	Hari/ Tanggal	Judul Kegiatan	Pembimbing	
			Nama	T. Tangan
1.	24/04/20	- Abstrak, (kata pengantar) Dapur Isi - Bab IV, V, VI. (lihat skripsi.) - Laporan akhir - Laporan out put SPSS Asli		

Catatan :

1. Lembar ini harus diisi setiap pembimbingan termasuk kegiatan pembimbingan bersama untuk penulisan skripsi.
2. Lembar ini bisa diperbanyak jika diperlukan dan dilekatkan dalam buku ini.
3. Contoh : Tanggal 10 Maret 2017 mendiskusikan latar belakang penelitian



**CFC**<sup>®</sup>  
**Bukan Cuma Ayam**

**SURAT KETERANGAN**

Perihal : Balasan Riset Penelitian

Kepada Yth :  
**Ketuan Jurusan Ekonomi**  
**Di tempat**

Dengan Hormat,

Dengan ini kami menyatakan bahwa :

Nama : Alex Saputra  
NPM : 71160312097  
Program Studi : Manajemen  
Universitas : Universitas Islam Sumatra Utara

Telah melakukan riset penelitian dengan judul **“Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian California Fried Chiken (CFC) di Lubuk Pakam”**.

Demikia surat ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinnya.

Lubuk Pakam tgl  
Hormat Kami,





## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Alex Saputra

Stb/NPM : 16.312097/71160312097

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Judul skripsi : Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian CFC Di Lubuk Pakam.

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya saya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau menjiplak terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkannya sekaligus bersedia menerima sanksi akademis berdasarkan aturan dan tata tertib dari fakultas ekonomi Universitas Islam Sumatra Utara.

Medan, 9 september 2020



(Alex Saputra)

## Riwayat Hidup



Nama : Alex Saputra  
No.Stb/NPM : 16.312097 / 71160312097  
Prodi : Management  
Tempat/Tanggal Lahir : Sialang, 03 Agustus 1998  
Jenis Kelamin : Laki – laki  
Agama : Islam  
Alamat : Dusun III Sialang Kec. Bangun Purba  
Alamat E-mail : [saputraalex272@gmail.com](mailto:saputraalex272@gmail.com)  
Pendidikan : 1. SD Swasta Sialang  
2. MTS Madrasah Tsanawiyah  
3. SMK Awal Karya Pembangunan (AKP) Galang  
4. Tahun 2016 – 2020 Terdaftar Sebagai Mahasiswa Falkultas  
Ekonomi Universitas Islam Sumatra Utara (UISU)  
Nama Ayah : Junaidi  
Nama Ibu : Rubiyah

Demikian riwayat ini saya buat dengan sebenarnya

Medan, 30 September 2020

Penulis,



Alex Saputra

16.312097 / 71160312097