

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KERAGAMAN PRODUK DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH KONSUMEN GENERASI
MUDA PADA DISTRO OUTLET BIRU YOGYAKARTA**



SKRIPSI

DISUSUN OLEH :

ANGELUS SELMON SERAN

11160036

FAKULTAS BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2021

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian

Syarat – syarat Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen



OLEH:

ANGELUS SELMON SERAN

11160036

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2021

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Angelus Selmon Seran
NIM : 11160036
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KERAGAMAN PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH KONSUMEN GENERASI MUDA PADA DISTRO OUTLET BIRU YOGYAKARTA”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 07 April 2022

Yang menyatakan



(Angelus Selmon Seran)

11160036

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KERAGAMAN PRODUK DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH KONSUMEN GENERASI MUDA
PADA DISTRO OUTLET BIRU YOGYAKARTA ”**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

ANGELUS SELMON SERAN

11160036

dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

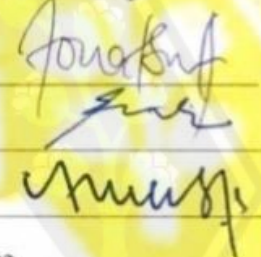
Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk menerima salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Manajemen pada tanggal Januari 2022

Nama Dosen

1. Jonathan Herdioko, S.E., M.M.
(Ketua Tim Penguji)
2. Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., Dipl. Secr, M.M.
(Dosen Penguji)
3. Dra. Purwani Retno Andalas, MM
(Dosen Penguji)

Tanda Tangan



Yogyakarta, Januari 2022

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis



Dr. Permas Pangeran, SE., M. Si

Ketua Program Studi Manajemen



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph. D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya dengan judul :

“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KERAGAMAN PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH GENERASI MUDA PADA DISTRO OUTLET BIRU YOGYAKARTA”

Yang telah saya kerjakan untuk melengkapi sebagai syarat guna menjadi sarjana pada program studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, bukan merupakan hasil tiruan maupun duplikasi dari karya pihak lain di perguruan tinggi atau instansi manapun. Terkecuali bagian yang sumber informasinya telah dicantumkan sebagaimana mestinya (terdapat dalam jurnal ini).

Adapun di kemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiarisme atau tiruan dari karya lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta 14 Desember 2022



Angelus S Seran (11160036)

KATA PENGANTAR

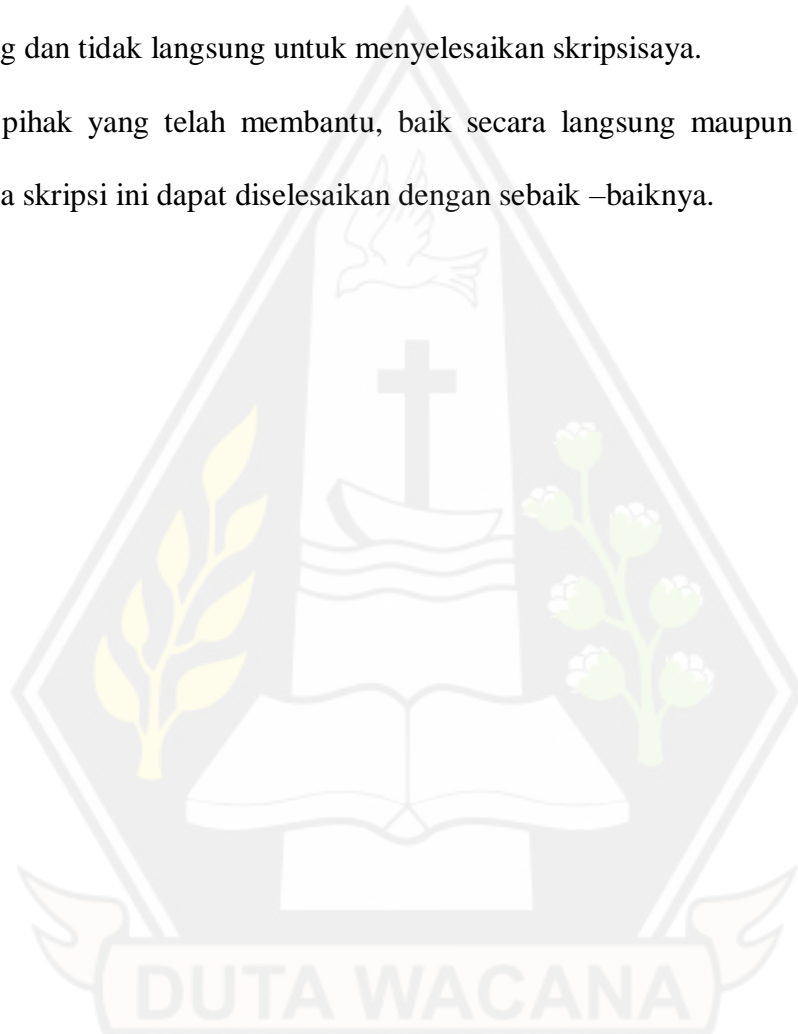
Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria yang selalu menyertai, memberkati, dan melindungi di setiap nafas yang berhembus, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul :

“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KERAGAMAN PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH KONSUMEN GENERASI MUDA PADA DISTRO OUTLET BIRU YOGYAKARTA”

Skripsi ini diajukan guna untuk memenuhi salah satu syarat akademik untuk memperoleh gelar sarjana di Universitas Kristen Duta Wacana. Dalam penyusunan skripsi ini pastinya mengalami berbagai hambatan dan rintangan namun karena adanya bantuan seperti masukan, nasihat dan motivasi yang diberikan oleh berbagai pihak sehingga dapat membantu serta memperlancar penyusunan skripsi ini. Maka dari itu dalam kesempatan ini, penulis dengan tulus mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Dr.Perminas Pangeran, SE., MSi., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen DutaWacana.
2. Bapak Dr. Sisnuhadi, MBA,Ph.D, selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kaprodi Manejemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen DutaWacana.
3. Dosen Pembimbing saya Bapak Jonathan Herdioko, S.E., M.M. yang telah sabar membimbing dan membantu saya dalam menyusun skripsi. Terimakasih atas segala bantuan, ilmu, masukan, motivasi dan kesabaran Bapak dalam membantu penyusunan skripsi ini.

4. Bapak Edy Nugroho, SE., MSc., yang telah membantu penulis dalam melakukan pengolahan data skripsi.
5. Kedua orang tua saya atas dukungan kasih setianya, dukungan moral, doa-doa dan jerih payahnya dalam setiap tetesan keringat untuk membantu saya hingga bisa sampai pada fase ini dan menghadapi fase-fase yang akan datang.
6. Saudara/I saya dan temana – teman saya yang sudah memberikan support baik secara langsung dan tidak langsung untuk menyelesaikan skripsisaya.
7. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan sebaik –baiknya.

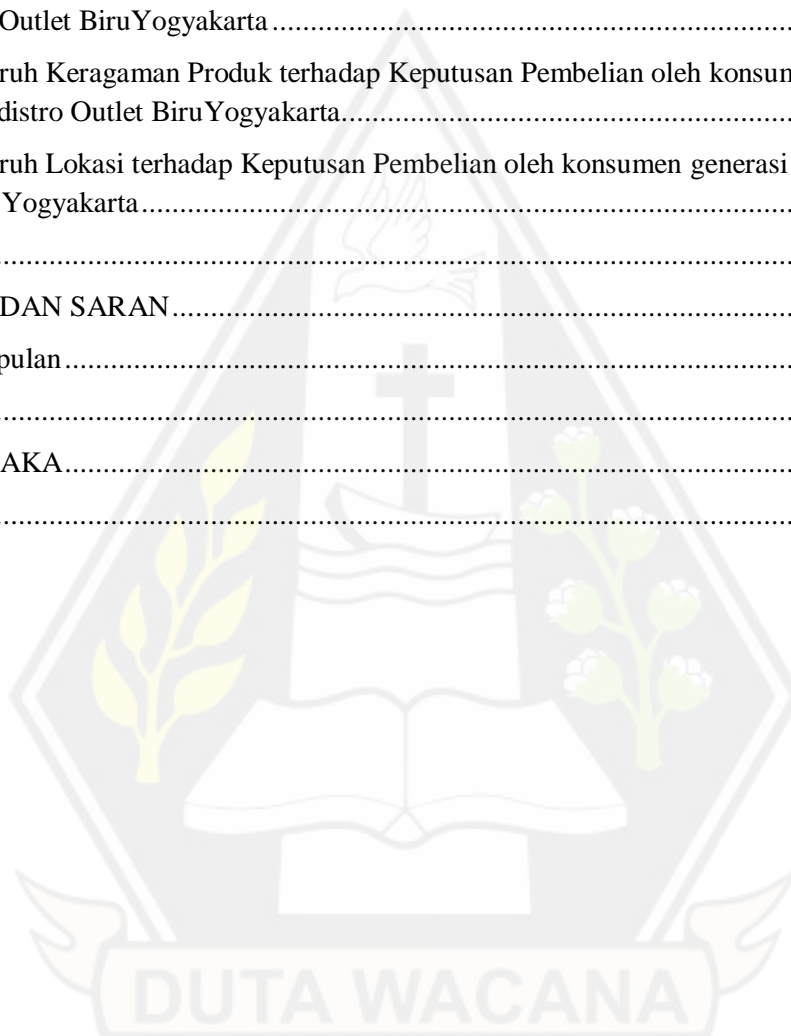


DAFTAR ISI

SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR KEASLIAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Penelitian.....	6
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 LandasanTeori	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran	8
2.1.2 Perilaku Konsumen	8
2.1.3 Persepsi Harga.....	10
2.1.4 Keragaman Produk	12
2.1.5 Lokasi	14
2.1.6 Keputusan Pembelian	15
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	21
2.3 Hipotesis Penelitian.....	21
2.3.1 Hubungan antara Presepsi harga dengan Keputusan Pembelian.....	21
2.3.2 Hubungan antara Keragaman Produk dengan Keputusan Pembelian	22
2.3.3 Hubungan antara Lokasi dengan Keputusan Pembelian.....	23

BAB III	24
METODE PENELITIAN	24
3.1 Data	24
3.1.1 Data Primer	24
3.1.2 Data Sekunder	24
3.2 Lokasi Penelitian	25
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	25
Kuesioner.....	25
Studi Dokumen	25
3.3.1 Populasi Dan Sampel.....	25
Populasi	25
Sampel.....	26
3.3.2 Defenisi Operasional Variabel	26
3.3.3 Pengukuran Variabel	28
3.3.4 Metode Analisis Data	28
Analisis Deskriptif	28
3.3.5 Uji Instrumen Penelitian	29
Uji Validitas.....	29
Uji Reliabilitas	29
3.3.6 Uji Statistik	30
Analisis Regresi Liniear Berganda.....	30
Koefisien Determinasi (R^2)	31
Uji F	32
Uji t	33
Hipotesis Pengujian.....	33
BAB IV.....	34
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Uji Instrumen Penetian.....	34
4.1.1 Uji Validitas	34
4.1.2 Uji Realibilitas	36
4.2 Profil Responden.....	38
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	39
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	40
4.2.5 Profil Responden Berdasarkan frekuensi berkunjung	40

4.2.6 Profil responden berdasarkan asal	41
4.3 Pengajuan Hipotesis	42
4.3.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	42
4.3.2 Koefisien Determinan (R^2).....	44
4.3.3 Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F)	44
4.3.4 Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t)	45
4.4 Pembahasan	47
4.4.1 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian oleh konsumen generasi muda pada distro Outlet Biru Yogyakarta	47
4.4.2 Pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian oleh konsumen generasi muda pada distro Outlet Biru Yogyakarta.....	48
4.4.3 Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian oleh konsumen generasi muda pada distro Outlet Biru Yogyakarta.....	49
BAB V	51
KESIMPULAN DAN SARAN.....	51
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	53
LAMPIRAN.....	55



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Toko Dan Distro Yogyakarta.....	3
Tabel 2.1 Toko Peneliti Terdahulu.....	19
Tabel 3.1 Devinisi Operasional Variabel.....	27
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	35
Tabel 4.2 Hasil Reliabilitas Persepsi Harga.....	36
Tabel 4.3 Hasil Reliabilitas Keragaman Produk.....	37
Tabel 4.4 Hasil Reliabilitas Lokasi.....	37
Tabel 4.5 Hasil Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	37
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan.....	40
Tabel 4.10 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung.....	41
Tabel 4.11 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	41
Tabel 4.12 Hasil Regresi Linear Berganda.....	42
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi (R^2).....	44
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	45
Tabel 4.15 Hasil Uji t.....	46

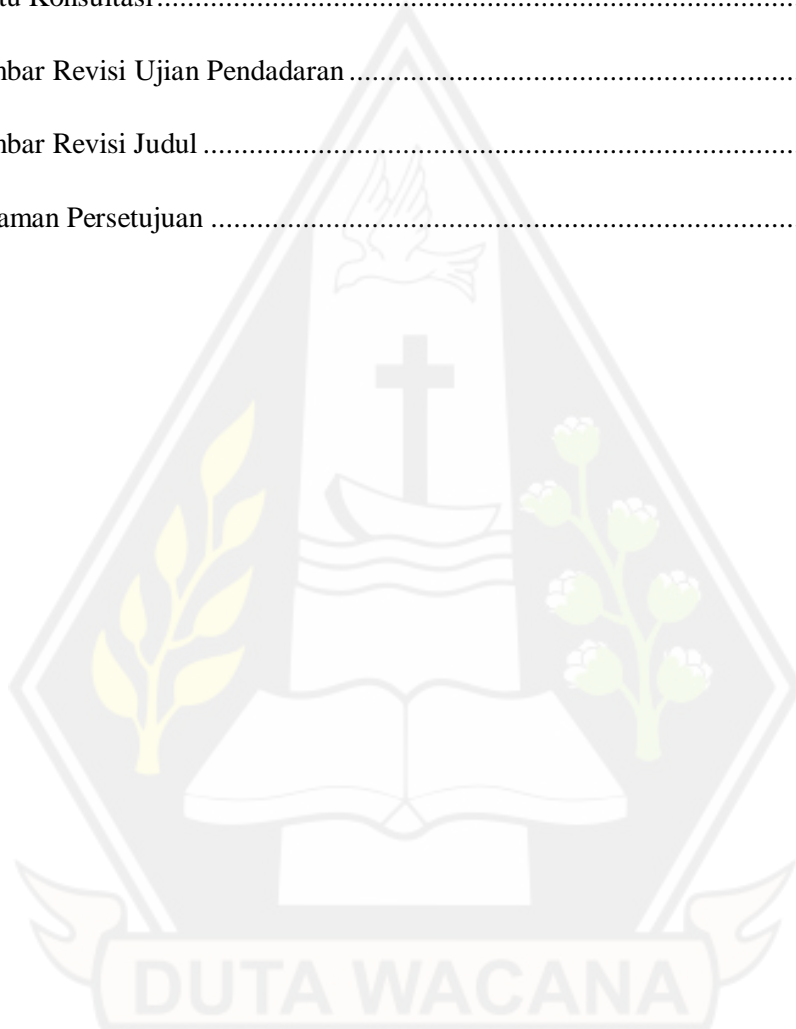
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Elemen Harga.....	11
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	21



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran1. Kuesioner	56
Lampiran 2. Data Rekap Responden	60
Lampiran 3. Hasil Olah Data SPSS.....	80
Lampiran 4. Hasil Kuesioner Google Form.....	88
Lampiran 5. Kartu Konsultasi.....	89
Lampiran 6. Lembar Revisi Ujian Pendadaran	91
Lampiran 7. Lembar Revisi Judul	92
Lampiran 8. Halaman Persetujuan	93



**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KERAGAMAN PRODUK DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH KONSUMEN GENERASI
MUDA PADA DISTRO OUTLET BIRU YOGYAKARTA**

ANGELUS S SERAN

11160036

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Email: ratoseran29@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, keragaman produk, dan Lokasi terhadap keputusan pembelian generasi muda pada distro Outlet Biru Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini variable penelitian terbagi menjadi dua yaitu variabel bebas dan terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah persepsi harga, keragaman produk, dan Lokasi sedangkan variabel terikat adalah keputusan pembelian.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Daerah Istimewah Yogyakarta. Penentuan sampel menggunakan metode *non probability sampling*, dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*, yaitu mereka yang pernah melakukan keputusan pembelian di distro Outlet Biru Yogyakarta dalam 3(tiga) bulan terakhir. Sedangkan sampel pada penelitian ini sebanyak 100 (seratus) responden. Berdasarkan hasil analisis data didapatkan kesimpulan bahwa ketiga variable bebas yaitu persepsi harga, keragaman produk, dan Lokasi terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Keragaman Produk, Lokasi dan Keputusan Pembelian Oleh konsumen Generasi Muda pada distro Outlet Biru Yogyakarta.

***THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION, PRODUCT DIVERSITY
AND LOCATION ON PURCHASE DECISIONS BY YOUNG
CUNSUMERS AT THE BLUE OUTLET YOGYAKARTA DISTRIBUTION***

Angelus S Seran

11160036

***Management Study Program, Faculty of Business, Duta
Wacana Christian University, Yogyakarta***

Email: ratoseran29@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price perception, product diversity, and location on young generation purchasing decisions at the Blue Outlet Yogyakarta distribution. This research is aquantitativere search. In this study,there search variables were divided into two, namely independent and dependent variables.The independent variable sint hisstudy are price perceptions, product diversity, and location, while the dependent variable is purchasing decisions.

The population in this study is the people of the Special Region of Yogyakarta. Determination of the sample using a non-probability sampling method, with a purposive sampling technique, namely those who have shopped at the Blue Outlet Yogyakarta distribution in the last 3 (three) months. Base don't here sult sof data analysis,it was concluded that the three independent variables,namely price perception, product diversity, and location, proved to have a significant effect on the dependent variable, namely purchasing decisions.

Keywords : Price Perception, Product Diversity, Location and young generation Purchase Decisions at the Blue Outlet Yogyakarta distribution.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dahulu busana/fashion merupakan kebutuhan primer belaka. Seiring dengan berkembangnya dunia industri, hiburan, informasi dan teknologi, gaya berbusana menjadi media untuk menunjukkan eksistensi seseorang dalam komunitasnya. Produk fashion saat ini berkembang sangat cepat mengikuti perkembangan zaman yang ada dan terkait dengan tren yang sedang berlaku, kreativitas dan gaya hidup. Masyarakat saat ini sudah sangat menyadari akan kebutuhan fashion yang lebih dari sekedar berpakaian, tapi juga bergaya dan trendi. Karena pakaian adalah salah satu mesin komunikasi atau sarana komunikasi dalam masyarakat, maka masyarakat sadar atau tidak sadar bisa menilai kepribadian seseorang dari apa yang di pakainya atau lebih spesifiknya pakaian merupakan ekspresi identitas pribadi.

Diera milenial ini, salah satu factor terpenting yang mempengaruhi permintaan produk pakaian adalah gaya atau style pakaian yang dikenakan oleh anak muda di kota besar. Peluang bisnis pakaian jadi seperti pintu yang terbuka lebar mengundang para penggemarnya untuk masuk dan mendapatkan keuntungan yang besar. Oleh karena itu wajar jika bisnis ini sangat potensial sehingga sangat menarik untuk menjalankan sebuah usaha bisnis pakaian, sedangkan kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya (Tjiptono,2008).

Distro atau distribution store merupakan toko distribusi yang menjual berbagai produk (t-shirt, kemeja, flannel, hoodie, tas, celana, dompet) yang berfungsi menerima titipan dari berbagai macam merek *clothing company*. Sedangkan clothing adalah produsen yang memproduksi sendiri semua produk dengan label sendiri pula. Sebuah clothing bisa memiliki toko sendiri atau hanya sekedar menitipkan produk mereka di distro.

Distro sendiri berbeda dari butik dan factory outlet (FO) dimana butik hanya menjual barang-barang yang ada di butik itu sendiri (terutama produk wanita) dan tidak ada ditempat lain. FO dan toko-toko pengecer lainnya tidak membuat produk, tetapi hanya sekedar tempat menjual atau penyalur produk yang dibuat oleh pabrik lain. Sedangkan distro selain membuat dan menjual produk sendiri dalam jumlah terbatas juga memasarkan produknya melalui penyalur lain dan menerima produk distro lain (konsinyasi). Distro menjual produk-produk dalam jumlah terbatas dengan desain dan motif yang berbeda dari produk-produk yang sudah ada, sehingga memenuhi keinginan pemakai untuk tampil beda dibandingkan orang lain. Selera anak muda yang beragam dan ingin tampil lain dari yang lain menyuburkan bermunculan berbagai desain pakaian dan aksesorisnya.

Generasi muda merupakan generasi yang paling mudah menerima masukan serta rangsangan yang aktual di dalam lingkungannya. Akan tetapi pergaulan serta lingkungan sangat mempengaruhi dan membentuk karakter generasi muda tersebut dalam mempresentasikan jiwa mudanya. Identitas muda selalu di kaitkan dengan segala sesuatu yang bersifat kekinian dan memiliki bentuk-bentuk selera dalam sudut pandangnya sendiri. Generasi muda memiliki persoalan dan kebutuhan yang lebih kompleks. Hal tersebut dapat diproyeksikan dalam fashion, dimana konsumsi akan mode merupakan salah satu gaya hidup bukan lagi hanya sekedar memenuhi kebutuhan akan sandang semata, akan tetapi ada faktor lain semacam pencitraan diri, identitas dan selera. Pada awalnya, pemikiran untuk memproduksi baju Distro dengan merek lokal timbul dari suatu komunitas tertentu, supaya berbeda dengan yang lain, diproduksi terbatas dan untuk digunakan sendiri. Distro merupakan fenomena baru dalam dunia fashion khususnya kaum muda. Tujuan awal munculnya distro adalah sebagai perlawanan terhadap dominasi produk fashion dengan merk-merk kapitalis yang selama ini beredar di pasar modern seperti mall, dengan ciri utama adalah produksi secara masal. Distro memiliki desain dan

merk sendiri, sekaligus pemasaran sendiri yaitu dengan membuka semacam toko yang khusus menjual produk-produk yang telah diproduksi secara terbatas. Setiap desain fashion distro biasanya hanya diproduksi tidak lebih dari 10 buah, hal ini merupakan salah satu ciri produk distro yang berbanding terbalik dengan produk-produk kapitalis. Hampir di setiap daerah wisata di Kota Yogyakarta terdapat satu distro bahkan lebih. Salah satunya adalah distro Outlet Biru atau yang biasa disingkat OB yang sudah cukup dikenal di Yogyakarta.

Berikut ini adalah daftar tentang distro dan toko pakaian yang ada di kota Jogja:

Tabel 1.1

Daftar toko (*outlet*) & distro di Yogyakarta

No	Nama Toko	Alamat
1.	Jolie	Jl. Kapten Piere Tendean No. 29, Wirobrajan, Yogyakarta
2.	D'Pujha	Jl. Laksda Adisucipto No.165, Caturtunggal, Depok, Yogyakarta
3.	Sakola	Jl. Kapten Piere Tendean No. 47, Wirobrajan, Yogyakarta
4.	MK Fashion	Jl. C.Simanjuntak No 64, Yogyakarta
5.	Viola	Jl. Selokan mataram No 50 Nologaten Yogyakarta
6.	Karita Muslim Square	Jl.C.Simanjuntak No 73
7.	Post Mode	Jl. Babarsari Raya (Samping Timur SPBU Yogyakarta) Jl.Gejayan No:28 Mrican Yogyakarta
8.	De Kosmo Factory Outlet	Jl Magelang Km 5,6 Sinduadi, Mlati, Jogja
9.	Madina Baju Muslim	Cokro Square Kav.K, Jalan HOS. Cokroaminoto, Yogyakarta
10	Omah Mode	JLSabirin, No.22, Yogyakarta

Sumber www.info-yogya.com(2019)

Distro Outlet Biru Jogja adalah salah satu jenis usaha yang berada dibidang industry yang sudah banyak dikenal oleh masyarakat Yogyakarta. Tetapi distro Outlet Biru terdapat beberapa pesaing serupa salah satunya adalah distro yang berada di daerah gejayan yang sering disebut kampung distro yang letaknya tidak jauh dari lokasi distro Outlet Biru, hal yang membedakan Outlet Biru beda dari para pesaing yang ada karena Outlet Biru memiliki keunggulan dalam memberikan harga yang bisa dibilang *low budget*, dengan harga yang ditawarkan konsumen akan melakukan keputusan untu melakukan pembelian atau tidak pada outlet tersebut. Dalam sektor bisnis tersebut diperlukan strategi penetapan harga yang tepat dengan keberagaman produk yang akan diterima oleh konsumen. Selain itu lokasi juga merupakan hal yang perlu dipikirkan saat akan memulai bisnis, karena dengan adanya lokasi yang strategis mampu menarik minat konsumen untuk dapat berkunjung dan melakaukan pembelian pada bisnis tersebut. Distro Outlet Biru memiliki keuntungan dikarenakan outlet ini berada di pinggir jalan dan memiliki parkirana yang sudah diperbesar yang dikarenakan adanya peningkatan jumlah konsumen. Dalam bisnis yang berfokus pada penjualan suatu produk, maka harus lebih diperhatikan point-point yang dapat meningkatkan keputusan kosnumen dalam melakukan pembelian di toko tersebut seperti keragaman jenis produk yang ditawarkan dengan kualitas yang didapatkan oleh konsumen sesuai dengan yang diinginkan atau dibutuhkan. Distro Outlet Biru menawarkan berbagai model dan kualitas produk dengan kisaran harga yang sesuai dengan konsumen yang dituju. Dengan kata lain, Outlet Biru Jogja menawarkan pilihan produk yang beragam dengan harga yang bervariasi. Distro Outlet Biru Jogja berdiri sejak tahun 2008 dan masih bertahan hingga saat ini. dan mengalami perkembangan dari jumlah pengunjung yang meningkat, hal ini dapat dilihat dengan adanya perubahan distro Outlet Biru yang semakin besar dan lahan parkirnya yang luas.

Namun untuk mempertahankan konsumen serta meningkatkan jumlah produk Distro Outlet Biru harus mempertimbangkan berbagai faktor, antara lain persepsi harga, keragaman produk, dan lokasi.

Penelitian ini dilakukan berdasarkan permasalahan yang ada maka penelitian ini dibuat dengan judul **“Pengaruh Persepsi Harga, Keragaman Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Generasi Muda Pada Distro Outlet Biru Yogyakarta”**

1.2 Rumusan Masalah

Berikut perumusan masalah yang disiapkan oleh peneliti adalah:

- a) Apakah persepsi harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian oleh konsumengenerasi muda pada distro Outlet Biru?
- b) Apakah keragaman produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian oleh konsumen generasi muda pada distro Outlet Biru?
- c) Apakah lokasi dapat mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan pembelian oleh konsumen generasi muda pada distro Outlet Biru?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini seperti yang sudah dijelaskan atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

- a) Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada distro Outlet Biru.
- b) Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada distro Outlet Biru.
- c) Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada distro Outlet Biru.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari manfaat penelitian ini diharapkan dapat memiliki berbagai manfaat, antara lain:

a) Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai pedoman bagi mahasiswa dibidang pendidikan yang ingin melakukan penelitian sejenis.

b) Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini peneliti dapat memberikan informasi yang dapat dikelola oleh pihak distro Outlet Biru untuk dijadikan bahan pertimbangan maupun referensi untuk meningkatkan strategi pemasarannya.

c) Bagi Penulis

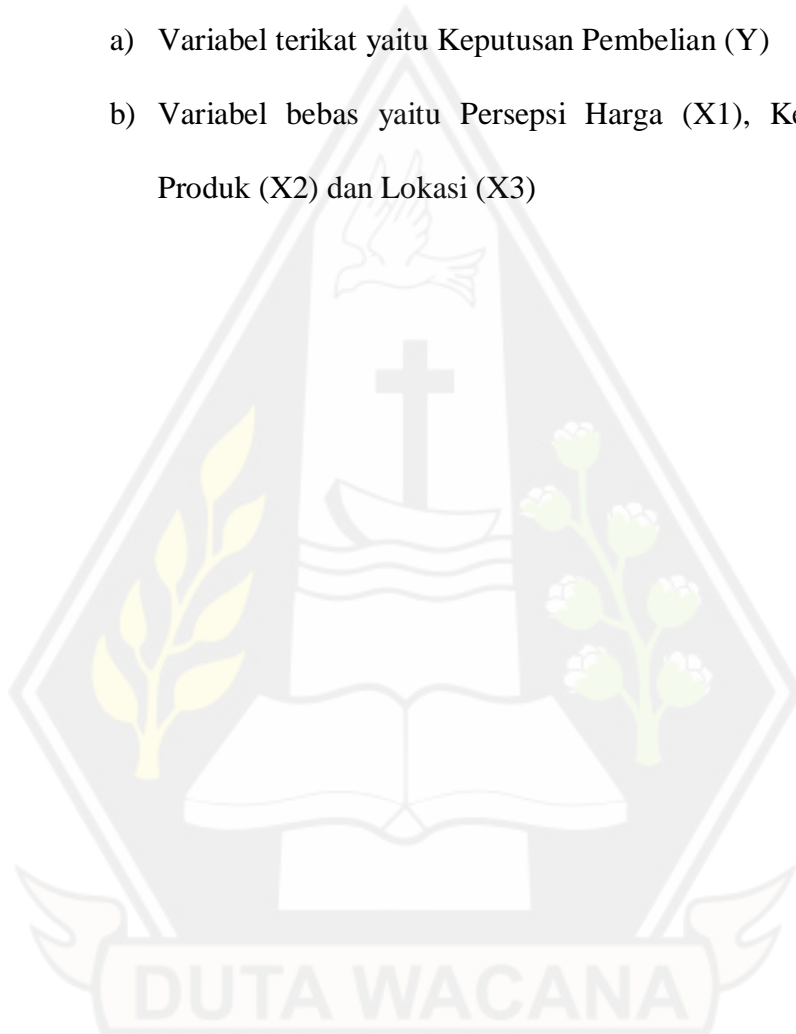
Dapat dijadikan sebagai bahan referensi dalam mengaplikasikan ilmu didapat selama perkuliahan. Serta memberikan wawasan bagi penulis dalam membuat atau menyusun sebuah laporan tugas akhir.

1.5 Batasan Penelitian

Agar masalah yang diteliti oleh penulis tidak terlalu luas, maka penulis melakukan batasan – batasan penelitian, yaitu:

1. Yang dimaksud dengan konsumen generasi muda pada penelitian ini adalah pemuda masyarakat Daerah Istimewah Yogyakarta.
2. Objek Penelitian : Distro Outlet Biru Yogyakarta
3. Waktu Penelitian : September – November 2021
4. Jumlah Responden : 100 responden

5. Responden Penelitian : Masyarakat generasi muda Daerah istimewa Yogyakarta yang pernah melakukan pembelian di distro Outlet Biru meliputi dengan kategori usia, asal, pekerjaan, pengeluaran per bulan dan frekuensi berkunjung dalam 3 bulan terakhir.
6. Variabel yang diteliti :
- a) Variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y)
 - b) Variabel bebas yaitu Persepsi Harga (X1), Keragaman Produk (X2) dan Lokasi (X3)



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan yaitu Pengaruh Persepsi Harga, Keragaman Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Oleh generasi muda Pada Distro Outlet Biru Yogyakarta, yaitu meliputi :

1. Persepsi Harga terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian oleh generasi muda pada distro Outlet Biru yang berarti konsumen melihat persepsi harga yang ditawarkan Outlet Biru sesuai dengan nilai dan manfaat sehingga konsumen melakukan keputusan pembelian.
2. Keragaman Produk terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian oleh konsumen pada distro Outlet Biru yang berarti semakin banyak variasi ukuran, model, dan merek semakin banyak pula konsumen melakukan keputusan pembelian.
3. Lokasi terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian oleh konsumen pada distro Outlet Biru yang berarti lokasi pada distro Outlet Biru cukup strategis karena berada di pertengahan kota sehingga banyak konsumen tertarik untuk berkunjung dan melakukan keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian analisis deskriptif yang telah dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa pengunjung di distro Outlet Biru didominasi oleh laki - laki dan rata - rata pengunjung berusia 17 - 25 tahun yang pekerjaannya sebagai pelajar dan mahasiswa dan rata-rata pengeluarannya berkisar dibawah 1 juta. Pengunjung distro Outlet Biru didominasi oleh masyarakat jogja sendiri serta frekuensi berkunjung 1 sampai 3 kali dalam sebulan.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan, penulis dapat memberi beberapa masukan agar dapat digunakan atau dijadikan pedoman bagi peneliti selanjutnya dan bagi distro Outlet Biru yang mungkin bisa dijadikan bahan pertimbangan untuk meningkatkan jumlah konsumen.

Saran bagi peneliti selanjutnya:

1. Peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menemukan atau menambahkan variabel – variabel baru yang dapat menjelaskan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan tidak hanya berpatokan pada distro – distro saja melainkan pada toko pakaian wanita dan anak – anak sehingga memperbanyak dan memperluas penelitian tentang keputusan pembelian.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan melakukan metode penelitian yang berbeda seperti wawancara secara langsung agar mendapatkan data yang lebih akurat.
4. Peneliti selanjutnya diharapkan melakukan penelitian yang lebih meluas seperti faktor usia yang beragam agar lebih menjelaskan bahwa lokasi yang diteliti dapat diminati oleh banyak usia.

Saran bagi distro Outlet Biru

1. Perusahaan sebaiknya lebih mengikuti perkembangan model fashion agar dapat meningkatkan jumlah konsumen.
2. Perusahaan lebih memperhatikan persepsi harga yang ditawarkan agar menambah daya minat beli konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asep ST. Sujana. 2005. *Manajemen Ritel Modern*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Assauri, Sofjan. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Berman, Barry, & Joel R. Evans. (2007). *Retail Management : a strategic Approach. (tenth Edition)*. New Jersey. Prentice Hall Inc.
- Cristina Widya Utami. (2006). *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel Modern)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fandy, Tjiptono. (1997), *Strategi Pemasaran, Edisi 1*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Fandy, Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi 3*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*.
Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hendri Ma'ruf. (2006). *Pemasaran Ritel*. Jakarta : Gramedia
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13
Jilid 2. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management*. Edisi 14
Jakarta : Erlangga
- Kotler Philip, dan Gary Amstrong. (2014). *Principles Of Marketing*, Global
Edition, 14 Edition, Pearson Education
- Levy, M. Phd., dan Weitz, B. A. (2007), *Retail Management 6th Edition.*, McGraw Hill.,
New York.
- Liliana, D.; Wihan, S. (2018). *Pengaruh Keragaman produk dan kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Le Cherie*. Dipublikasikan pada
Jurnal.stietotalwin.ac.id. Diakses pada 8 September 2021.
- Ma'ruf, Hendri. (2005). *Pemasaran Ritel*. Jakarta : Gramedia Pustaka.
- Muhammad, A. & Imroatul, K. (2017). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Sikap terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pos Ketan Legenda 1967 Kota Semarang)*. Skripsi tidak dipublikasikan. Diakses pada 9 September 2021.
- Nurul, F. A ; Euis Soliha. (2017). *Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic Honda*. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan. Jurnal: Dipublikasikan pada e-
journal.unair.ac.id. Diakses pada 9 September 2021.

- Rena, F.S. (2018). *Analisis Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian dan dampaknya Terhadap Keputusan Pelanggan Smartphone Asus (Studi Kasus di PT. DataScrip)*. Dipublikasikan pada Repository.mercubuana.ac.id. Diakses pada 9 September 2021.
- Stanton, William J. (2013). *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Administratif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, (2008). *Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Utami. Christina Whidya. (2010). *Manajemen Ritel, Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia, Edisi 2*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Whidya Utami, Christina (2006). *Manajemen Ritel : Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Salemba Empat, Jakarta.
- Yustinus, R. A. & Imroatul K. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Jasa Asuransi Jiwa (Studi Pada AJB Bumiputera 1912 Cabang Cibinong). *Dipublikasikan pada e-journal.undip.ac.id*. Diakses pada 10 September 2021

