

**IMPLEMENTASI MARKETING MIX 7P TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN (STUDY KASUS MIE DEMIT DI BALUNG)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
gelar Sarjana Manajemen**



**Oleh:
Anis Setyowati
17.1041.1108**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2022

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Anis Setyowati
NIM : 1710411108
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **IMPLEMENTASI MARKETING MIX 7P TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MIE DEMIT BALUNG** adalah hasil karya saya sendiri. Kecuali jika dalam kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun serta bukan karya plagiat ataupun jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap di tuntutan dimuka hokum jika ternyata dikemudian hari aa pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 24 Desember 2021

Yang menyatakan,



Anis Setyowati

NIM. 17. 1041. 1108

SKRIPSI

IMPLEMENTASI MARKETING MIX 7P TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MIE DEMIT BALUNG

Oleh:

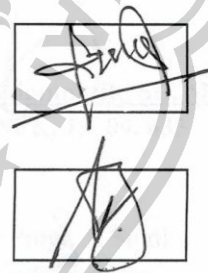
Anis Setyowati

NIM: 1710411108

Pembimbing :

Dosen Pembimbing 1: Budi Santoso SE., MM., M.Akun

Dosen Pembimbing 2: Wahyu Eko Setianingsih, SE., MM




LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul: **IMPLEMENTASI MARKETING 7P TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MIE DEMIT BALUNG**, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Nama : Anis Setyowati
NIM : 1710411108
Hari : Jum'at
Tanggal : 24 Desember 2021
Tempat : via zoom

Tim Penguji


Feti Fatimah, SE., MM

NPK. 07. 09. 622

Anggota 1,

Anggota 2,


Budi Santoso, SE., MM., M. Akun

NPK. 10. 03. 711


Wahyu Eko Setianingsih, SE., MM

NPK. 15. 09. 633

Mengesahkan:

Dekan

Ketua Program Studi


Maheni Ika Sari, SE., MM

NIP. 197708112005012001


Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM

NPK. 1986051411703796*

MOTTO

“ Bukanlah ilmu yang seharusnya mendatangimu, tetapi kamulah yang harus mendatangi ilmu itu”

(Imam Malik)

“ Dibalik kesulitan pasti ada kemudahan “

(AL- Insyirah 5:6)

“ Karunia Allah yang paling lengkap adalah kehidupan yang didasarkan pada ilmu pengetahuan “

(Ali bin Abi Thalib)

“ Pilihlah jalan mendaki karena itu akan mengantarkan ke puncak – puncak baru “

(Anies Baswedan)

PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala nikmat dan karunia yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Implementasi Marketing Mix 7P Terhadap Keputusan Pembelian Di Mie Demit Balung”. Dalam kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua yakni ayah Moh. Sahirrudin dan ibu Sawati yang telah memberikan cinta, doa dan semangat yang tak terbats dalam semua hal, salah satunya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Budi Santoso, SE.,MM., M.Akun selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan segenah perhatian dan pengetahuan dalam membimbing penelitisan dari awal pengerjaan skripsi sampai dengan selesai.
3. Ibu Wahyu Eko Setianingsih, SE.,MM selaku dosen pembimbing pendaping yang telah meluangkan waktu dan pemikirannya untuk memberikn bimbingan terbaik kepada penelitian dari awal sampai dengan selesai.
4. Ibu Feti Fatimah, SE.,MM selaku dosen penguji yang dengan sabarnya telah memberikan bimbingan dan saran sehingga skripsi ini bisa selesai tepat waktu.
5. Kepada kakak saya Imam Fauzi dan teman hidup saya Setyo Ari Cahyono
6. Seluruh sahabat saya yang telah nememani dari awal kuliah dan memberikan semangat yakni Ririn Windari, Mamik Kusuma Ningrum, Dwi Okta Nirmalasari, Afiril Inisia Hajar, Rifki Maulina dan Alm. Agung April Prasetyo.
7. Teman – teman prodi manajemen C angkatan 2017.

KATA PENGANTAR

Assalamua'laikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala nikmat dan karunia yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Implementasi Marketing Mix 7P Terhadap Keputusan Pembelian Mie Demit di Balung” . oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Hanafi, M.PD, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu Maheni Ika Sari, SE.,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak Achmad Hasan Hafidzi, SE.,MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Bapak Budi Santoso, SE.,MM., M.Akun selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan segenah perhatian dan pengetahuan dalam membimbing penelitian dari awal pengerjaan skripsi sampai dengan selesai.
5. Ibu Wahyu Eko Setianingsih, SE.,MM selaku dosen pembimbing pendamping yang telah meluangkan waktu dan pemikirannya untuk memberikan bimbingan terbaik kepada penelitian dari awal sampai dengan selesai.
6. Ibu Feti Fatimah, SE.,MM selaku dosen penguji yang dengan sabarnya telah memberikan bimbingan dan saran sehingga skripsi ini bisa selesai tepat waktu.
7. Seluruh staf pengajaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
8. Ungkapan terimakasih kepada kedua orang tua, kakak saya yang telah mendoakan dan memberikan semangat tiada lelahnya diberikan kepada saya.
9. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Jember



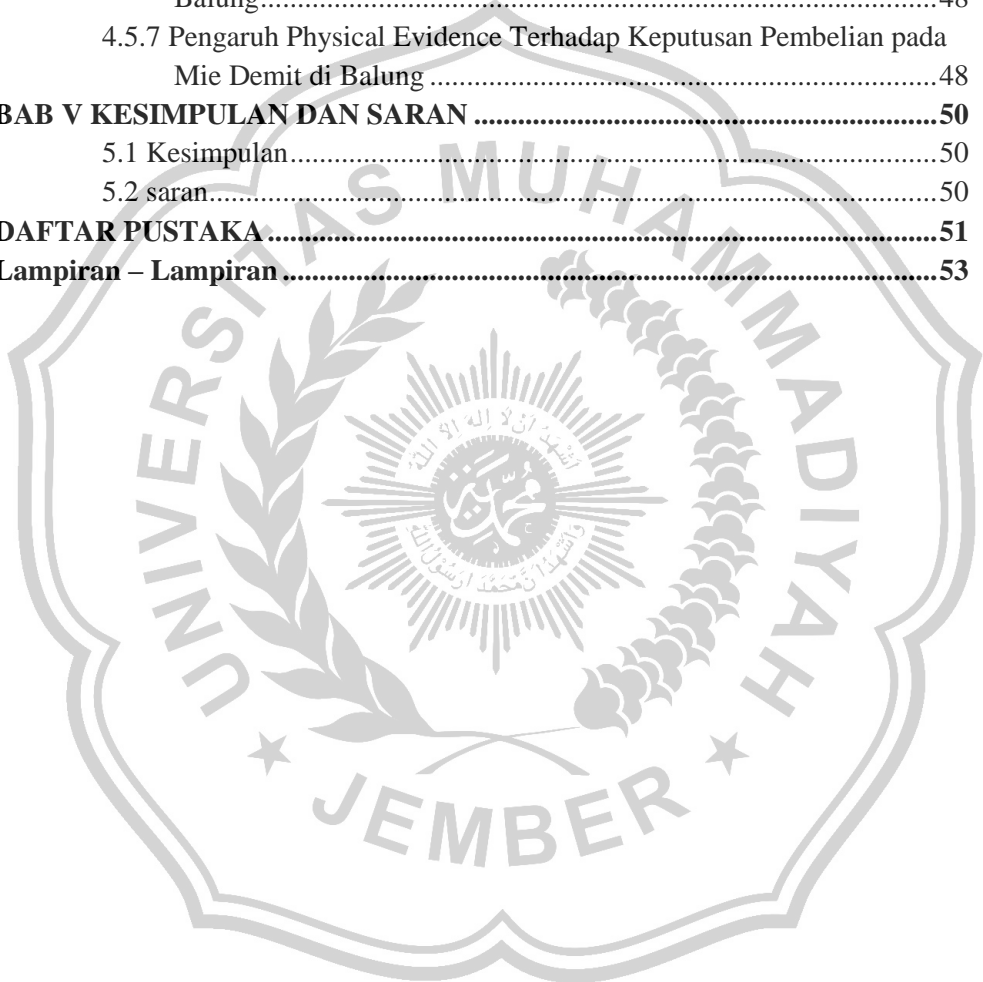
Anis Setyowati

DAFTAR ISI

Lembar Pernyataan	i
Lembar Judul	ii
Lembar Pengesahan.....	iii
MOTTO	iv
Lembar Persembahan.....	v
Abstrak.....	vi
Kata Pengantar.....	viii
Daftar isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Kajian Pustaka	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	8
2.1.3 Product	9
2.1.4 Price	9
2.1.5 Promotion	10
2.1.6 Place.....	10
2.1.7 People.....	10
2.1.8 Process.....	11
2.1.9 Physical Evidence	11
2.1.10 Keputusan Pembelian.....	12
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	12
2.3 Kerangka Konseptual.....	17
2.4 Hipotesis	18
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Identifikasi Variabel	21
3.2 Definisi Operasional Variabel	21
3.3 Desain Penelitian	24
3.4 Jenis Data Penelitian.....	24
3.4.1 Data Primer	24
3.4.2 Data Sekunder.....	24
3.5 Populasi dan sampel	24

3.6 Teknik Pengumpulan Data	25
3.7 Teknik Analisis Data	26
3.7.1 Uji Validasi	26
3.7.2 Uji Reabilitas.....	26
3.7.3 Asumsi Klasik	26
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda	27
3.7.5 Uji Hipotesis.....	27
3.7.6 Koefisien Determinasi (R ²)	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	29
4.1.1 Sejarah Berdirinya Mie Demit Balung	29
4.1.2 Visi Mie Demit Balung	29
4.1.3 Misi Mie Demit Balung	29
4.1.4 Struktur Organisasi.....	30
4.1.5 Jenis – Jens Produk Mie Demit Balung.....	31
4.2 Gambaran Umum Responden.....	32
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
4.2.2 Responden Berdasarkan Usia	33
4.2.3 Responden Berdasarkan Alamat.....	33
4.3 Analisis Data.....	34
4.3.1 Distribusi Jawaban Variabel Product (X1).....	34
4.3.2 Distribusi Jawaban Variabel Price (X2)	34
4.3.3 Distribusi Jawaban Variabel Promotion (X3).....	35
4.3.4 Distribusi Jawaban Variabel Place (X4).....	35
4.3.5 Distribusi Jawaban Variabel People (X5)	36
4.3.6 Distribusi Jawaban Variabel Process (X6)	36
4.3.7 Distribusi Jawaban Variabel Physical Evidence (X7).....	37
4.3.8 Distribusi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian (Y)	38
4.4 Hasil Analisis Data.....	38
4.4.1 Hasil Uji Instrumen	38
4.4.1 Hasil Uji Asumsi Klasik	40
4.4.1 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	42
4.4.1 Hasil Uji Hipotesis	44
4.4.1 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	45
4.5 Pembahasan	46
4.5.1 Pengaruh Product Terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Demit di Balung.....	46
4.5.2 Pengaruh Price Terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Demit di Balung.....	46
4.5.3 Pengaruh Promotion Terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Demit	

di Balung.....	47
4.5.4 Pengaruh Place Terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Demit di Balung.....	47
4.5.5 Pengaruh People Terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Demit di Balung.....	47
4.5.6 Pengaruh Process Terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Demit di Balung.....	48
4.5.7 Pengaruh Physical Evidence Terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Demit di Balung	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	50
5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA.....	51
Lampiran – Lampiran.....	53

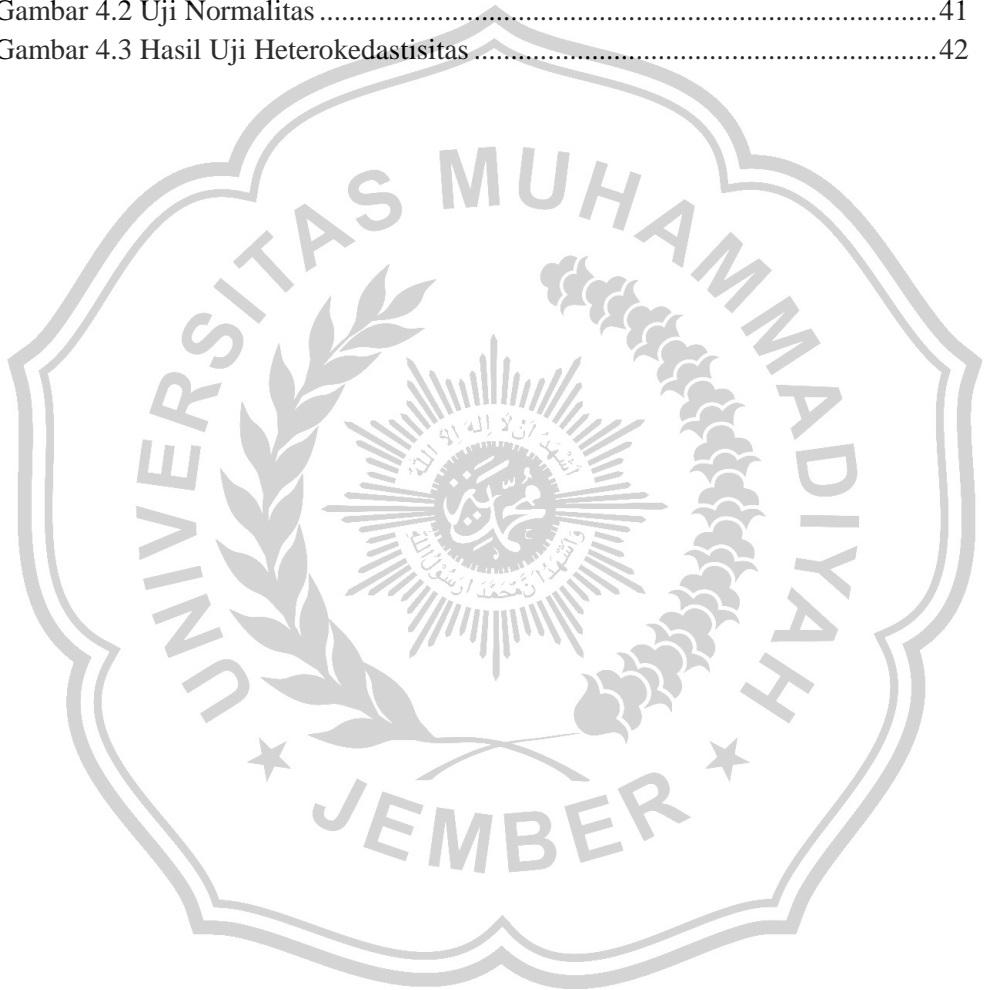


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Mie Demit Balung.....	5
Tabel 2.2 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Nilai Skala Likert	25
Tabel 4.1 Menu Yang Dijual Mie Demit	301
Tabel 4.2 Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Tabel 4.3 Kategori Responden Berdasarkan Usia.....	33
Tabel 4.4 Kategori Responden Berdasarkan Alamat	33
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Product	34
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Price.....	34
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Promotion.....	35
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Place	35
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Variabel People.....	36
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Variabel Process.....	36
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Variabel Physical Evidence	37
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	38
Tabel 4.13 Hasil Uji Validasi	38
Tabel 4.14 Hasil Uji Reabilitas	40
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas	41
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	42
Tabel 4.17 Hasil Uji T.....	44
Tabel 4.18 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Penjualan Mie Demit Balung	6
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual.....	17
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Mie Demie Balung	30
Gambar 4.2 Uji Normalitas	41
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas	42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Peneliti.....	53
Lampiran 2 Karakteristik Responden.....	57
Lampiran 3 Tanggapan Responden.....	59
Lampiran 4 Hasil Instrumen Data.....	87
Lampiran 5 Hasil Asusmsi Klasik.....	97
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	99
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis.....	101
Lampiran 8 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	102
Lampiran 9 Hasil Kuisisioner.....	103
Lampiran 10 Surve Penelitian.....	

