

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* XIAOMI PADA
MASYARAKAT JEMBER**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) Dan Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**



Oleh :

Ardi Kurniawan

15.1041.1165

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

2021

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ARDI KURNIAWAN

NIM : 1510411165

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : ANALISIS BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* XIAOMI PADA MASYARAKAT JEMBER adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 10 – April - 2021

Yang menyatakan,

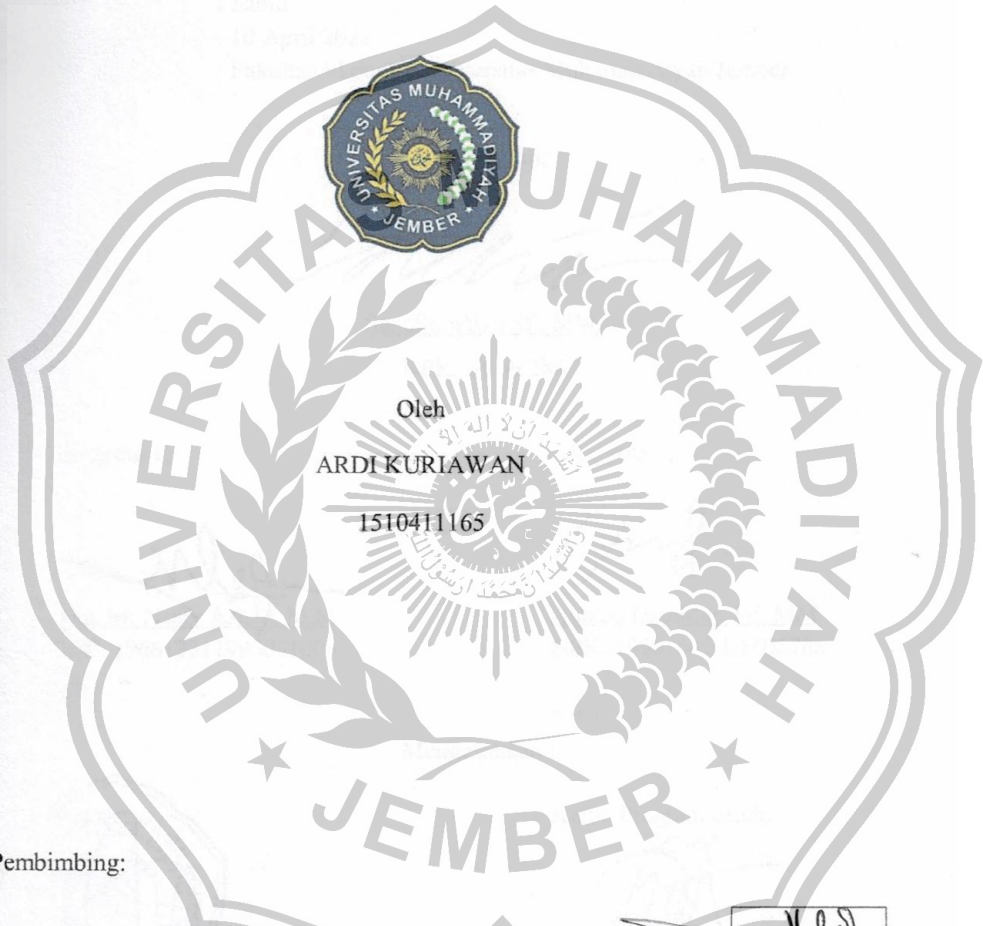


ARDI KURNIAWAN

NIM. 15.1041.1165

SKRIPSI

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* XIAOMI PADA
MASYARAKAT JEMBER**



Oleh
ARDI KURIAWAN
1510411165

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Drs. M. Naely Azhad, M.Si

Dosem Pembimbing Pendamping : Ahmad Izzuddin, SE, MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul; analisis bauran pemasaran (*marketing mix*) terhadap keputusan pembelian *smartphone* xiaomi pada masyarakat Jember, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Nama : Ardi kurniawan
NIM : 151041165
Hari : Sabtu
Tanggal : 10 April 2021
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



Seno Sumowo SE. MM.

NPK. 01 09 288

Anggota 1,



Drs. M. Naely Azhah, M.Si
NIP. 196612311993031006

Anggota 2,



Ahmad Izzuddin. SE. MM.
NPK. 19901007.1.1605788

Mengesahkan :



Maheni Ika Sari, S.E., MM
NIP. 197708112005012001

Ketua Program Studi,



Achmad Hasan Hafidzi, SE. MM
NPK. 19860514.1.1703796

MOTTO

“Dan bahwa seorang manusia tidak akan memperoleh sesuatu selain apa yang telah diusahakan sendiri”

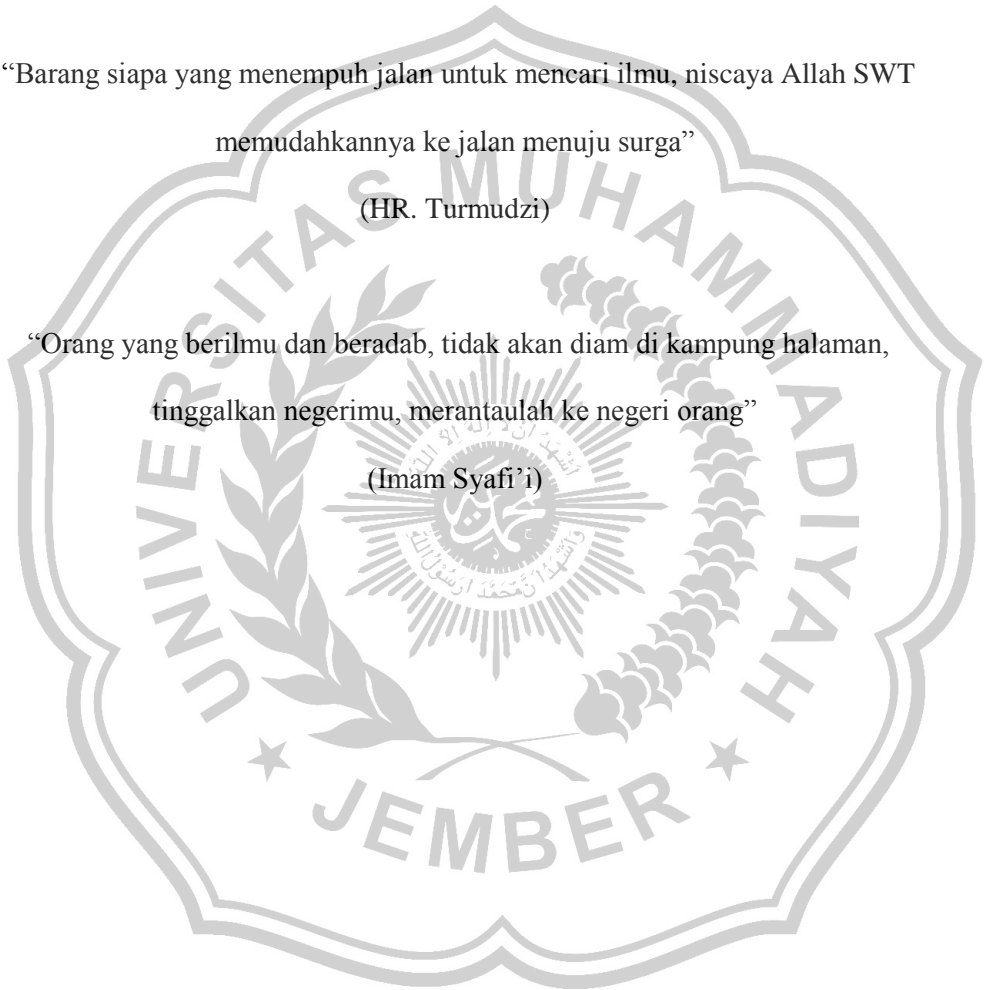
(Q.S. An-Najm : 39)

“Barang siapa yang menempuh jalan untuk mencari ilmu, niscaya Allah SWT memudahkannya ke jalan menuju surga”

(HR. Turmudzi)

“Orang yang berilmu dan beradab, tidak akan diam di kampung halaman, tinggalkan negerimu, merantaulah ke negeri orang”

(Imam Syafi’i)



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan karunia-nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
2. Kepada Bapak dan Ibu saya yang selalu senantiasa mendoakan saya disetiap waktu dan mensupport demi kelancaran menyelesaikan kuliah dan mengerjakan skripsi.
3. Kepada Bapak Muhamad Naely Azhad, Drs, M.S dan Bapak Ahmad Izzuddin SE, MM terimakasih telah membimbing dan mempermudah dalam penyusunan skripsi saya dan sudah siap sedia menjadi pembimbing di manapun dan kapanpun.
4. Kepada Bapak Seno Sumowo, SE, MM sebagai dosen Penguji yang telah memberikan saran dan bimbingan kepada saya.
5. Kepada sahabat dan teman-teman khususnya Manajemen D 2015 yang telah mendukung dan berbagi informasi mengenai skripsi, semua orang yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, yang telah berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi.
6. Kepada sahabat saya terdekat Rizal Febrianto terimakasih telah mambantu saya mengerjakan skripsi ini sampai selesai.
7. Almamater yang saya banggakan Universitas Muhammadiyah Jember

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya persembahkan kepada Allah SWT, karena berkat izin dan ridhonya pada akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Analisis Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi Pada Masyarakat Jember". Peneliti merasa bahwa penyusunan skripsi ini banyak masukan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Ibu Maheni Ika Sari, S.E., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Seno Sumowo, SE, MM selaku dosen penguji, Drs. M. Naely Azhad, M.Si selaku pembimbing I dan Ahmad Izzuddin, SE, MM selaku pembimbing II yang bersedia memberikan saran, bimbingan dan arahan demi kelancaran penyelesaian skripsi.
3. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini belum sempurna, oleh karena itu peneliti mengharapkan berbagai kritik dan saran yang bersifat membangun bagi peneliti. Akhir kata peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua yang membacanya dan sebagai wahana menambah pengetahuan serta pemikiran.

Jember, 10 April 2021

Peneliti

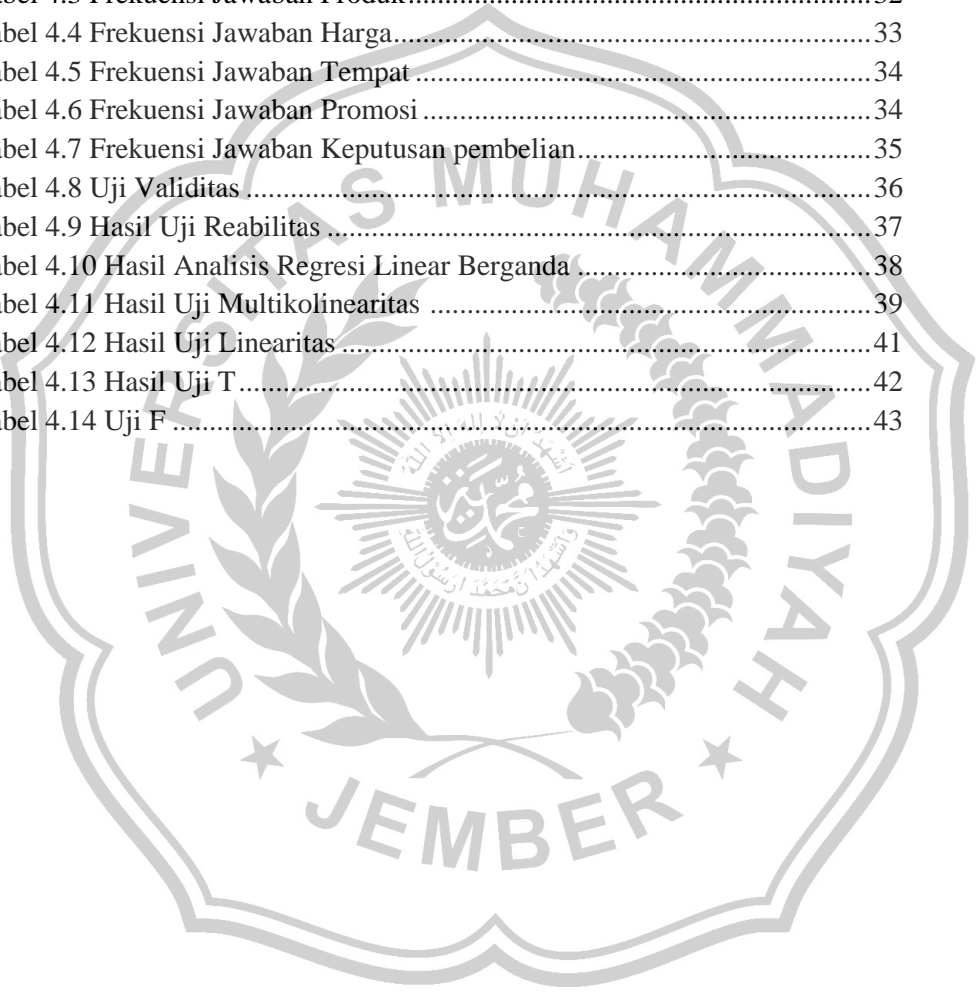
DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAN PENULIS	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRACK	vii
ABSTRACK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Konsep Pemasaran	8
2.1.2 Bauran pemasaran	8
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Konseptual	18
2.4 Hipotesis Penelitian	19
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1 Identifikasi Fariabel	22
3.2 Devinisi Operasional Variabel	22
3.3 Desain Penelitian	25
3.4 Jenis Data	25
3.5 Populasi dan Sampel	26
3.6 Teknik Pengukuran Data	26
3.7 Teknik Analisi Data	27
3.7.1 Analisa Deskriptif Statistik	27
3.7.2 Uji Instrumen Data	27
3.7.3 Analisa Regresi Linear Berganda	28

3.7.4 Uji Asumsi Klasik	28
3.7.5 Uji Hipotesis	29
3.7.6 Analisis Koefisien Determinasi Berganda.....	30
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	31
4.1.1 Profil Xiaomi	31
4.1.2 Visi dan Misi	31
4.2 Deskriptif Penelitian.....	31
4.2.1 Karakteristik Responden.....	31
4.2.2 Frekuensi Jawaban Pernyataan Bauran Pemasaran	32
4.3 Analisis Data.....	35
4.3.1 Uji Validitas Data.....	35
4.3.2 Uji Reabilitas	37
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	37
4.3.4 Uji Asumsi Klasik	38
4.3.4.1 Uji Normalitas	38
4.3.4.2 Uji Multikolinearitas	39
4.3.4.3 Uji Heteroskedastisitas	40
4.3.4.4 Uji Linieritas.....	41
4.4 Hasil Penelitian	41
4.4.1 Hasil Uji T	41
4.4.2 Hasil Uji (F).....	42
4.5 Pembahasan	43
4.5.1 Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	43
4.5.2 Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	44
4.5.3 Tempat Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	44
4.5.4 Promosi Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	45
BAB 5 PENUTUP	46
5.1 Kesimpulan	46
5.2 Saran	46
DAFTAR PUSAKA	47

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data <i>market share Top brand smartphone</i> 2014 Q4.....	2
Tabel 1.2 Data <i>market share Top brand smartphone</i> 2015.....	2
Tabel 1.3 Data <i>market share Top brand smartphone</i> Q1 2016.....	3
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Umur.....	31
Tabel 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin	32
Tabel 4.3 Frekuensi Jawaban Produk.....	32
Tabel 4.4 Frekuensi Jawaban Harga.....	33
Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Tempat	34
Tabel 4.6 Frekuensi Jawaban Promosi	34
Tabel 4.7 Frekuensi Jawaban Keputusan pembelian.....	35
Tabel 4.8 Uji Validitas	36
Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas	37
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	38
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	39
Tabel 4.12 Hasil Uji Linearitas	41
Tabel 4.13 Hasil Uji T	42
Tabel 4.14 Uji F	43



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data <i>market share Top brand</i> 2018	5
Dokumentasi	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	49
Lampiran 2 Rekapitalitas Jawaban	51
Lampiran 3 frekuensi jawaban	56
Lampiran 4 Uji Validitas	60
Lampiran 5 Uji Reabilitas	62
Lampiran 6 Regresi Linear Berganda	63
Lampiran 7 Uji Normalitas	64
Lampiran 8 Uji Multikolinearitas	65
Lampiran 9 Uji Heteroskadasitas	66
Lampiran 10 Uji Linieritas	66
Lampiran 11 Uji T	68
Lampiran 12 Uji F	69

