

**KEPUTUSAN PEMBELIAN BERDASARKAN BAURAN
PEMASARAN DAN FAKTOR PSIKOLOGIS PADA TOKO BARU
JAYA BONDOWOSO**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

Balya Rimba Satriagung Paningit

17.104.11.202

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
2022**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Balya Rimba Satriagung Panigit

NIM : 17104112202

Program Studi : Ekonomi Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: Keputusan Pembelian Berdasarkan Bauran Pemasaran Dan Faktor Psikologis Pada Toko Baru Jaya Bondowoso 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 dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 17 Januari 2022
Yang menyatakan,



Balya Rimba Satriagung P.
NIM. 17104112202



**KEPUTUSAN PEMBELIAN BERDASARKAN BAURAN
PEMASARAN DAN FAKTOR PSIKOLOGIS PADA TOKO BARU
JAYA BONDOWOSO**

Oleh :

Balya Rimba SatriaGung Panigit

17.104.11.2202

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama

: Drs. M. Naely Azhad. M.Si

Dosen Pembimbing Pendamping

: Ahmad Izuddin, SE MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: KEPUTUSAN PEMBELIAN BERDASARKAN BAURAN PEMASARAN DAN FAKTOR PSIKOLOGIS PADA TOKO BARU JAYA BONDOWOSO, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Balya Rimba Satriagung Panigit
NIM : 17104112202
Hari : Jum'at
Tanggal : 07 Januari 2022
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim/Penguji,


Dra. Retno Endah Supeni, MM

NPK : 95 10 256

Anggota 1,


Drs. M. Naely Azhad, M.Si

NPK : 196612311993031001

Anggota 2,


Ahmad Izuddin, SE., MM

NPK : 1990100711605788

Mengesahkan :

Ketua Program Studi,



Maheni Ika Sari, SE, MM

NIP : 197708112005012001



Hasan Hafidzi, SE, MM

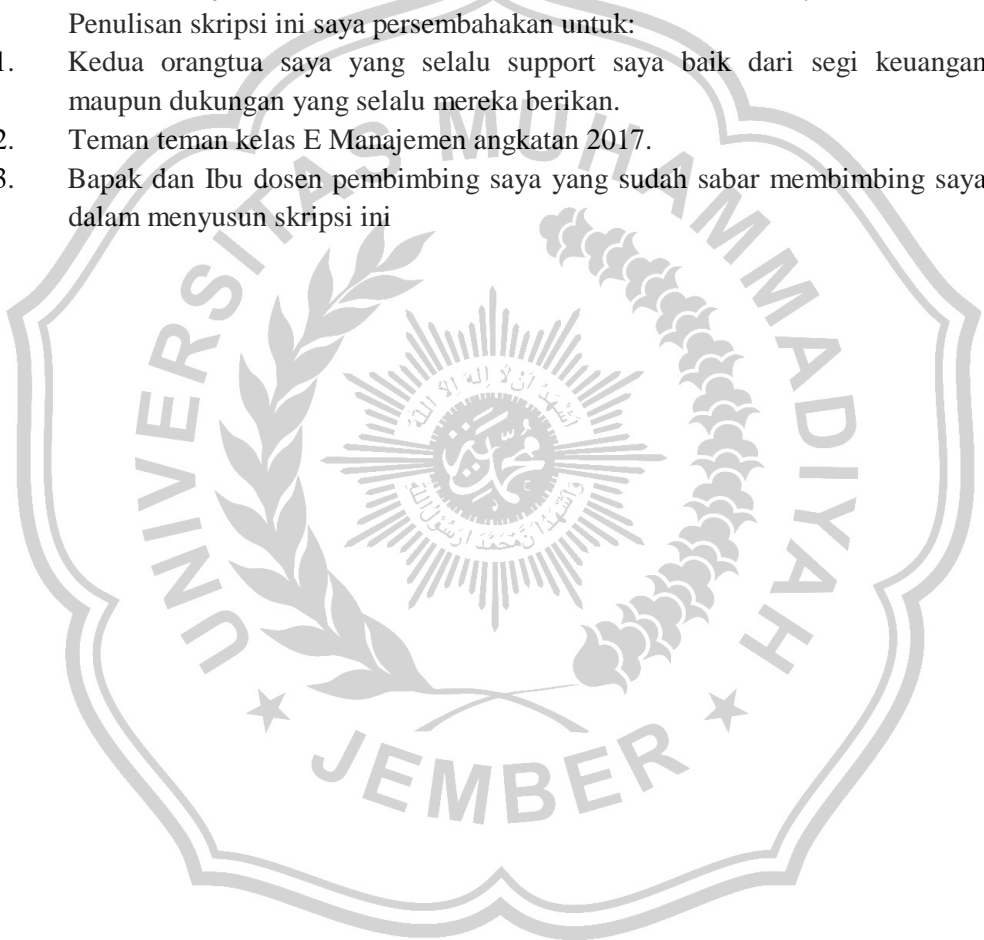
NPK : 19860514.1.1703796

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan segala rahmat-Nya, nikmat kesehatan, serta pemahaman dan kehadiran Allah Subhanhu Wata'ala atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Keputusan Pembelian Berdasarkan Bauran Pemasaran Dan Faktor Psikologis Pada Toko Baru Jaya Bondowoso, Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Sarjana Strata (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulisan skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orangtua saya yang selalu support saya baik dari segi keuangan maupun dukungan yang selalu mereka berikan.
2. Teman teman kelas E Manajemen angkatan 2017.
3. Bapak dan Ibu dosen pembimbing saya yang sudah sabar membimbing saya dalam menyusun skripsi ini



MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan” (Q.S. Al Insyiroh: 6)

“jangan berputus asa meskipun kamu telah berdoa dengan keras, ada saat penundaan dalam menerima karunia yang diharapkan. Dia telah menjamin bahwa Dia akan memenuhi apa yang dipilih-Nya untukmu, bukan apa yang kamu pilih untuk dirimu sendiri, dan pada saat Dia tentukan, bukan pada saat kamu inginkan” (Petuah Ibn Ata’illah)

“*Live Once Live Thant Matters*”
(Hidup Sekali Hiduplah Yang Berarti)
(Achmad Fuadi)



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kupersembahkan hanya pada ALLAH SWT, yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul **KEPUTUSAN PEMBELIAN BERDASARKAN BAURAN PEMASARAN DAN FAKTOR PSIKOLOGIS PADA TOKO BARU JAYA BONDOWOSO**.

Skripsi ini merupakan karya penulis dan merupakan salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis menyadari telah banyak pihak yang membantu, membimbing dan mendorong serta memberi semangat pada penulis. Penulis sadar tanpa bantuan dari berbagai pihak, penulis akan mengalami kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itulah pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Maheni Ika Sari, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember;
2. Bapak Drs. M. Naely Azhad M.Si. selaku dosen pembimbing I dan
3. Bapak Ahmad Izuddin SE,MM selaku dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
5. Rekan-rekan seperjuangan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah banyak memberi bantuan dan masukan yang sangat berguna dalam menyusun skripsi ini.

Atas amal baik yang telah diberikan pada penulis semoga Allah SWT memberikan balasan yang sesuai dan semoga rahmat serta hidayah-Nya diberikan kepada kita semua. Besar harapan penulis semoga skripsi ini berguna bagi penulis khususnya dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jember, 17 Januari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	i
PENGESAHAN	iii
PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	7
2.1.2 Konsep Pemasaran.....	7
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	8
2.1.4 Bauran Pemasaran	9
2.1.5 Psikologis Konsumen	10
2.1.6 Perilaku Konsumen dari Sudut Pandang Psikologi	11
2.1.7 Keputusan Pembelian	12
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	15
2.3 Kerangka Konseptual.....	17
2.4 Hipotesis Penelitian	18
2.4.1 Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	18
2.4.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	18
2.4.3 Pengaruh Tempat Terhadap Keputusan Pembelian	19
2.4.4 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	19
2.4.5 Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian	20
2.4.6 Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian.....	20
2.4.7 Pengaruh Sikap Terhadap Keputusan Pembelian	21
BAB 3	22

METODE PENELITIAN	22
3.1 Identifikasi Variabel.....	22
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	22
3.3 Desain Penelitian	24
3.4 Populasi Dan Sampel	25
3.4.1 Populasi	25
3.4.2 Sampel	25
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	25
3.5 Jenis Data	26
3.5.1 Data Sekunder.....	26
3.5.2 Data Primer.....	26
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	26
3.7 Teknik Analisis Data.....	27
3.7.1 Uji Instrumen Data	27
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	28
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	29
3.7.4 Uji Hipotesis.....	29
3.7.5 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	30
BAB 4.....	31
HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	31
4.1.1 Gambaran Umum Toko Baru Jaya Bondowoso	31
4.1.2 Aspek Pemasaran.....	31
4.1.3 Aspek Sumber Daya Manusia	32
4.2 Hasil Analisis Data	32
4.2.1 Karakteristik Responden.....	32
4.3 Analisis Indeks Jawaban Responden	33
4.4 Hasil dan Pembahasan	47
4.5 Teknik Analisis Data.....	47
4.5.1 Pengujian Instrumen Data.....	47
4.6 Uji Regresi Linier Berganda	49
4.7 Uji Asumsi Klasik.....	51
4.7.1 Uji Normalitas	51
4.7.2 Uji Multikolonieritas	52
4.7.3 Uji Heteroskedastisitas	52
4.8 Uji Hipotesis	53
4.8.1 Uji t.....	53
4.9 Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	55
4.10 Pengujian Hipotesis.....	55
4.10.1 Pengujian Hipotesis 1	55

4.10.2	Pengujian Hipotesis 2	55
4.10.3	Pengujian Hipotesis 3	56
4.10.4	Pengujian Hipotesis 4	56
4.10.5	Pengujian Hipotesis 5	57
4.10.6	Pengujian Hipotesis 6	57
4.10.7	Pengujian Hipotesis 7	57
4.11	Pembahasan.....	58
4.11.1	Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	58
4.11.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	59
4.11.3	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	60
4.11.4	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	60
4.11.5	Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian	61
4.11.6	Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian.....	62
4.11.7	Pengaruh Sikap Terhadap Keputusan Pembelian	63
BAB 5	65
KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1	Kesimpulan.....	65
5.2	Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
Lampiran-Lampiran	70



DAFTAR TABEL

Tabel

1.1 Omset penjualan Toko Baru Jaya Bondowoso.....	4
2.1 Penelitian Terdahulu	14
4.1 Produk Toko Baru Jaya Bondowoso.....	32
4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	29
4.3 Karakteristik Berdasarkan Usia Konsumen	30
4.4 Karakteristik Berdasarkan Pelanggan atau Tidaknya.....	31
4.5 Produk (X1).....	32
4.6 Produk (X1).....	32
4.7 Produk (X1).....	33
4.8 Harga (X2).....	33
4.9 Harga (X2).....	34
4.10 Harga (X2).....	34
4.11 Tempat (X2).....	35
4.12 Tempat (X2).....	35
4.13 Tempat (X4).....	36
4.14 Promosi (X4).....	36
4.15 Promosi (X4).....	37
4.16 Promosi (X4).....	37
4.17 Motivasi (X5).....	38
4.18 Motivasi (X5).....	39
4.19 Motivasi (X5).....	39
4.20 Perepsi (X6).....	40
4.21 Perepsi (X6).....	40
4.22 Perepsi (X6).....	41
4.23 Sikap (X7).....	41
4.24 Sikap (X7).....	42
4.25 Sikap (X7).....	42
4.26 Keputusan Pembelian (Y).....	43
4.27 Keputusan Pembelian (Y).....	44
4.28 Keputusan Pembelian (Y).....	44
4.29 Hasil Uji Validitas.....	45
4.30 Hasil Uji Reliabilitas.....	46
4.31 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	47
4.32 Hasil Uji Multikolinieritas.....	50
4.33 Hasil Uji T.....	51
4.34 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	53
4.35 Hasil Pengujian Hipotesis	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar

2.1 Proses Pengambilan Keputusan	8
2.2 Kerangka Konseptual	15
4.1 Hasil Uji Normalitas.....	49
4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	51



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian
2. Data Responden
3. Karakteristik Responden
4. Hasil Tanggapan Responden
5. Uji Validitas Dan Reliabilitas
6. Uji Asumsi Klasik
7. Uji Regresi Linier Berganda

