

**ANALISIS BAURAN PROMOSI DAN WOM (WORD OF MOUTH) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PIA GANDRUNG GLENMORE**

SKRIPSI

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



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

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dhita Ramimba Herliana
NIM : 1810411097
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: ANALISIS BAURAN PROMOSI DAN WOM (*WORD OF MOUTH*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PIA GANDRUNG GLENMORE, 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, 23 Juni 2022

Yang menyatakan,



Dhita Ramimba Herliana
NIM. 1810411097



**ANALISIS BAURAN PROMOSI DAN WOM (*WORD OF MOUTH*) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PIA GANDRUNG GLENMORE**



Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama

: Bayu Wijayantini, SE., MM

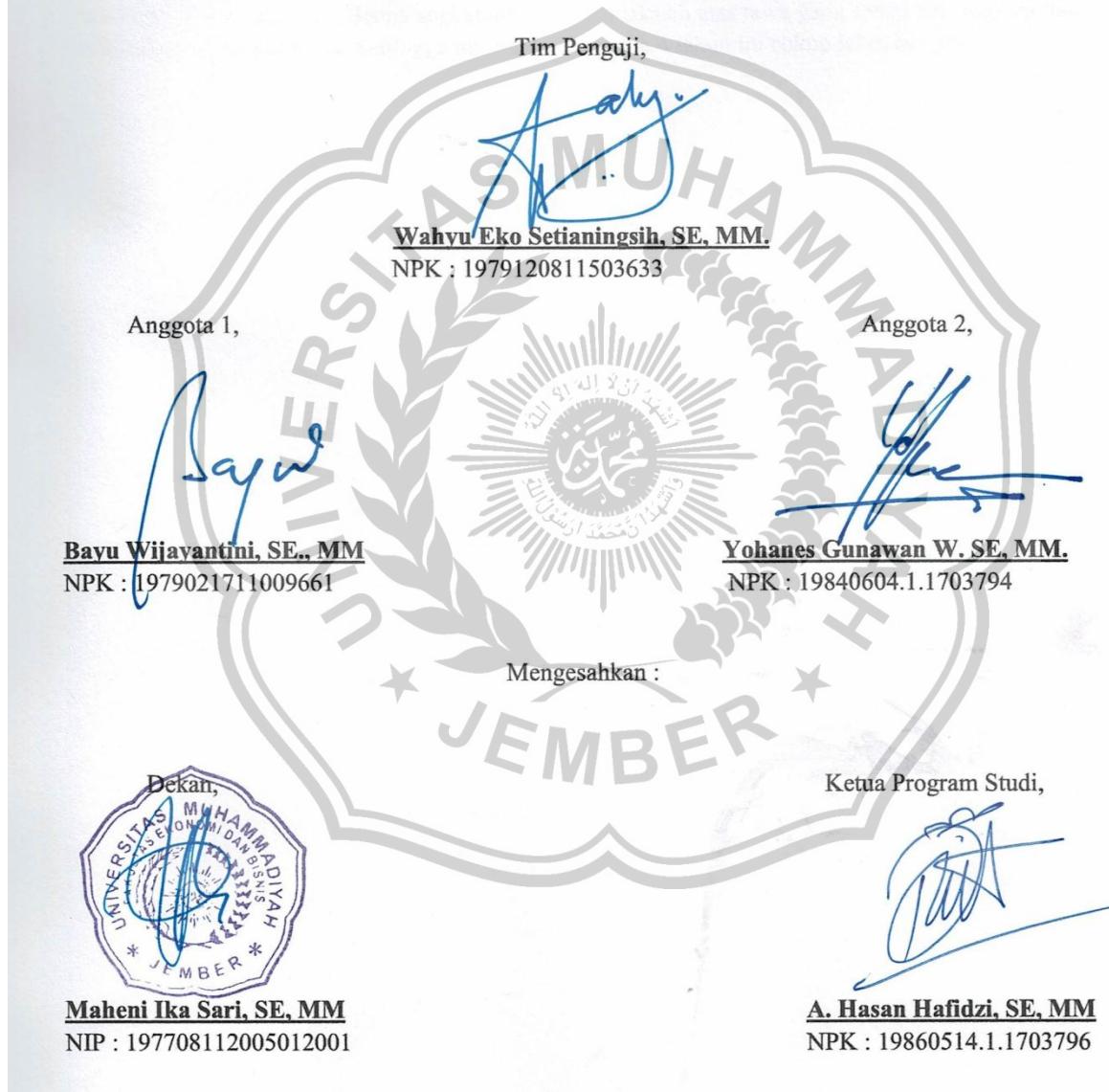
Dosen Pembimbing Pendamping

: Yohanes Gunawan W. SE, MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: ANALISIS BAURAN PROMOSI DAN WOM (WORD OF MOUTH) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PIA GANDRUNG GLENMORE, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Dhita Ramimba Herliana
NIM : 1810411077
Hari : Kamis
Tanggal : 23 Juni 2022
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember



PERSEMBAHAN

Dengan ini saya persembahkan karya ini untuk Ibu
Terimakasih atas kasih sayang yang berlimpah dari mulai saya lahir, hingga saya sudah sebesar ini,
serta limpahan doa yang tak berkesudahan. Lalu teruntuk Ayah, terimakasih juga atas perjuangan mu
yang tak kenal lelah dan segala hal yang telah Ayah lakukan, semua yang terbaik.
Terimakasih juga yang tak terhingga untuk para dosen pembimbing, Bapak/Ibu yang dengan sabar
membimbing saya, mendukung saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
Ucapan terima kasih ini saya persembahkan juga untuk seluruh teman-teman saya di Fakultas
Ekonomi Manajemen dan Bisnis angkatan 2018, terimakasih atas tawa yang setiap hari tercipta dan
solidaritas yang luar biasa. Sehingga masa kuliah selama 4 tahun ini cukup lebih berarti.



MOTTO

“agar kamu tidak bersedih hati terhadap apa yang luput dari kamu dan tidak pula terlalu gembira terhadap apa yang diberikan-Nya kepadamu. Dan Allah tidak menyukai terhadap orang yang sombong dan membanggakan diri”

(Q.S Al-Hadid: 23)

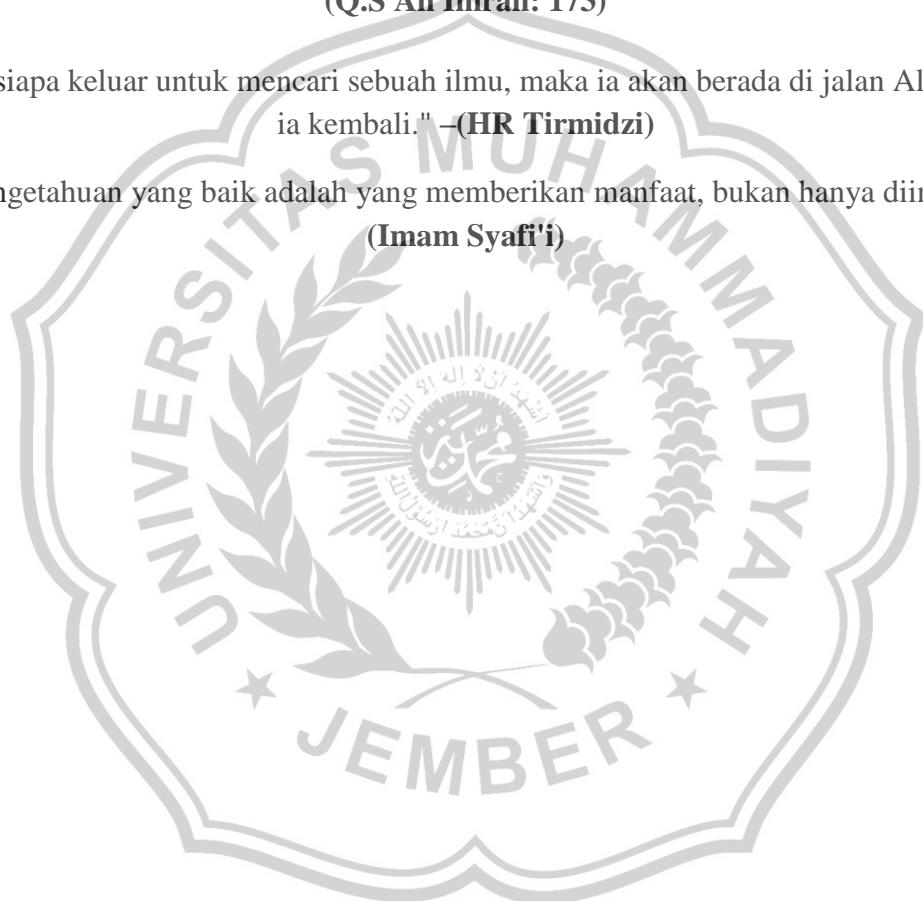
"Cukuplah Allah menjadi Penolong kami dan Allah adalah sebaik-baik Pelindung."

(Q.S Ali Imran: 173)

"Barang siapa keluar untuk mencari sebuah ilmu, maka ia akan berada di jalan Allah hingga ia kembali." –(HR Tirmidzi)

"Pengetahuan yang baik adalah yang memberikan manfaat, bukan hanya diingat."

(Imam Syafi'i)



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kupanjatkan hanya pada ALLAH SWT, yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul ANALISIS BAURAN PROMOSI DAN WOM (*WORD OF MOUTH*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PIA GANDRUNG GLENMORE, Skripsi ini merupakan karya penulis dan merupakan salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunan hingga terselesaiannya 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. Ibu Bayu Wijayantini, SE., MM, selaku dosen pembimbing I dan
3. Bapak Yohanes Gunawan W. 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. Ayah dan Ibu saya yang selalu mensupport dalam segala hal
6. 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, 23 Juni 2022

Penulis

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	i
PENGESAHAN.....	iii
PERSEMAHAN.....	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
BAB 2.....	5
TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Tinjauan Teori.....	5
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	5
2.1.2 Konsep Pemasaran.....	5
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	5
2.1.4 Bauran Promosi	6
2.1.5 <i>Word Of Mouth (WOM)</i>	7
2.1.6 Keputusan Pembelian	9
2.2 Penelitian Terdahulu	10
2.3 Kerangka Konseptual.....	11
2.4 Hipotesis	12
2.4.1 Bauran Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.....	12
2.4.2 <i>Word of mouth</i> berpengaruh terhadap keputusan pembelian.....	12
BAB 3.....	13
METODE PENELITIAN.....	13
3.1 Identifikasi Variabel.....	13
3.1.1 Variabel Independen.....	13
3.1.2 Variabel dependen	13
3.2 Definisi Oprasional Variabel	13
3.2.1 Bauran Promosi	13
3.2.2 <i>Word Of Mouth</i>	14
3.2.3 Keputusan Pembelian	14
3.3 Desain Penelitian	14
3.4 Jenis Data.....	14
3.4.1 Data Primer.....	15
3.4.2 Data Sekunder.....	15
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	15
3.5.1 Populasi	15
3.5.2 Sampel	15
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel	15
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	16

3.7 Teknis Analisis Data	16
3.7.1 Statistik Deskriptif	16
3.7.2 Uji Instrumen Data	16
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda	17
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	17
3.7.5 Uji Hipotesis	18
3.7.6 Uji R ² (Koefisien Determinasi).....	19
BAB 4.....	20
HASIL DAN PEMBAHASAN	20
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	20
4.1.1 Gambaran Umum Pia Gandrung Glenmore.....	20
4.2 Hasil Analisis Data	21
4.2.1 Hasil Statistik Deskriptif.....	21
4.2.2 Hasil Uji Instrumen Data	28
4.2.3 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	30
4.2.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	30
4.2.5 Hasil Uji Hipotesis.....	32
4.2.6 Hasil Koefisien Determinasi Berganda (R ²).....	33
4.3 Pembahasan.....	33
4.3.1 Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	33
4.3.2 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	34
BAB 5.....	36
KESIMPULAN DAN SARAN	36
5.1 Kesimpulan.....	36
5.2 Saran	36
DAFTAR PUSTAKA	37
KUESIONER PENELITIAN	39
Lampiran-Lampiran.....	42

DAFTAR TABEL

Tabel

1.1 Data Penjualan Pia Gandrung Glenmore Tahun 2021	2
4.1 Karakteristik Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	21
4.2 Karakteristik Berdasarkan Umur Konsumen	22
4.3 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	22
4.4 Bauran Promosi (X1)	23
4.5 Bauran Promosi (X1)	23
4.6 Bauran Promosi (X1)	24
4.7 Bauran Promosi (X1)	24
4.8 Bauran Promosi (X1)	24
4.9 <i>Word Of Mouth</i> (X2).....	25
4.10 <i>Word Of Mouth</i> (X2).....	25
4.11 <i>Word Of Mouth</i> (X)	26
4.14 Keputusan Pembelian (Y)	27
4.15 Keputusan Pembelian (Y)	27
4.16 Keputusan Pembelian (Y)	28
4.17 Keputusan Pembelian (Y)	28
4.18 Hasil Uji Validitas	29
4.19 Hasil Uji Reliabilitas	29
4.21 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	30
4.20 Hasil Uji Multikolonieritas.....	31
4.22 Hasil Uji t	32
4.23 Hasil Uji Koefisien Determinasi R ²	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar

2.1 Proses Keputusan Pembelian	9
2.2 Kerangka Konseptual	11
4.1 Gambar Pia Gandrung Glenmore	20
4.2 Struktur Organisasi Pia Gandrung Glenmore.....	21
4.3 Hasil Uji Normalitas.....	31
4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	32



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian
2. Hasil Statistik Dekskriptif
3. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas
4. Hasil Uji Asumsi Klasik
5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda
6. Surat Keterangan Penelitian
7. Dokumentasi

