

SKRIPSI

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN DALAM MEMILIH PRODUK
(Studi Kasus pada *Customer* Baru di MyDevTeam)**



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

2022

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fardhotun Ainun N

NIM : 1910411251

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN DALAM MEMILIH PRODUK (Studi Kasus pada *Customer* Baru di MyDevTeam); adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi 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 di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.



Surabaya, 15 Juli 2022

Yang menyatakan,

Fardhotun Ainun N

NIM. 19.1041.1251

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN DALAM MEMILIH PRODUK
(Studi Kasus pada *Customer* Baru di MyDevTeam)**

SKRIPSI

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



Oleh:

FARDHOTUN AINUN N

19.1041.1251

Pembimbing:

Dosen Pendamping Utama : Maheni Ika Sari, S.E., MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Pawestri Winahyu S.Psi., MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul; *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Dalam Memilih Produk (Studi Kasus pada Customer Baru di MyDevTeam)*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Fardhotun Ainun N
NIM : 1910411251
Hari : Jumat
Tanggal : 15 Juli 2022
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember


Tim Penguji,


Bayu Wijayantini, SE., MM
NPK:1979021711009661

Anggota 1,


Maheni Ika Sari, S.E., MM
NPK: 197708112005012001

Anggota 2


Pawestri Winahyu S.Psi., MM
NPK: 1982052611703800

Mengesahkan:



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman dan kasih-Nya kepada saya dalam mengerjakan skripsi ini. Dalam kesempatan ini kami ucapkan banyak-banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. Kedua orang tua tercinta yang selalu mendoakan, membimbing, dan kasih sayangnya yang begitu besar sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi diwaktu yang tepat.
2. Maheni Ika Sari S.E., MM selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dari awal penyusunan skripsi serta memberikan arahan dan semangat kepada peneliti.
3. Pawestri Winahyu S.Psi., MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan kepada peneliti dengan kesabaran dan semangat kepada peneliti.
4. Bayu Wijyantini, SE., MM selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran untuk penelitian ini.
5. Pihak MyDevTeam yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada peneliti untuk melakukan penelitian dengan memberikan informasi dan data kepada peneliti sebagai kebutuhan penelitian.
6. Teman-teman seperjuangan kelas Manajemen B 2018 terima kasih sudah memberikan semangat kepada peneliti.
7. Almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Jember yang selalu saya banggakan dan memberi pengalaman dan cerita selama perkuliahan.

MOTTO

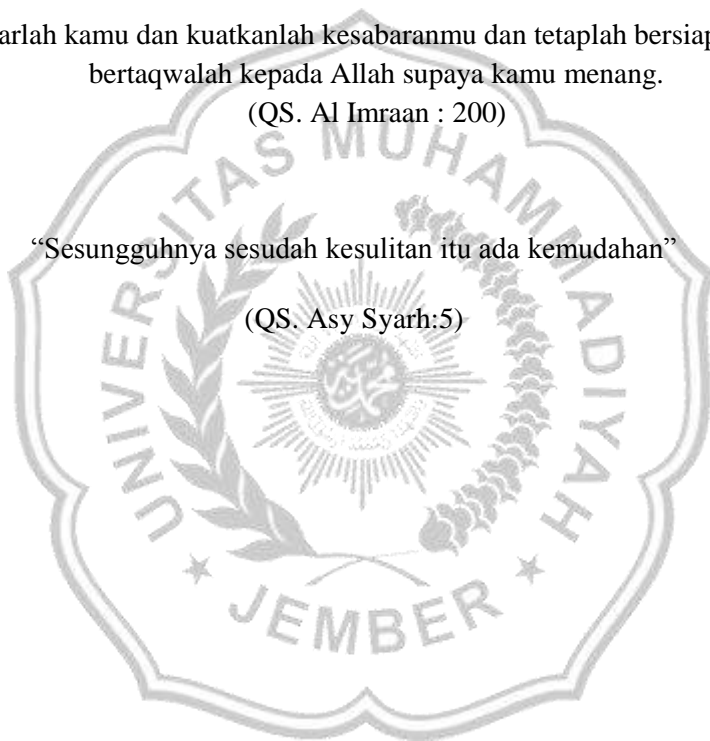
Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya (QS. Al Baqarah : 286)

Bersabarlah kamu dan kuatkanlah kesabaranmu dan tetaplah bersiap siaga dan bertaqwalah kepada Allah supaya kamu menang.

(QS. Al Imraan : 200)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

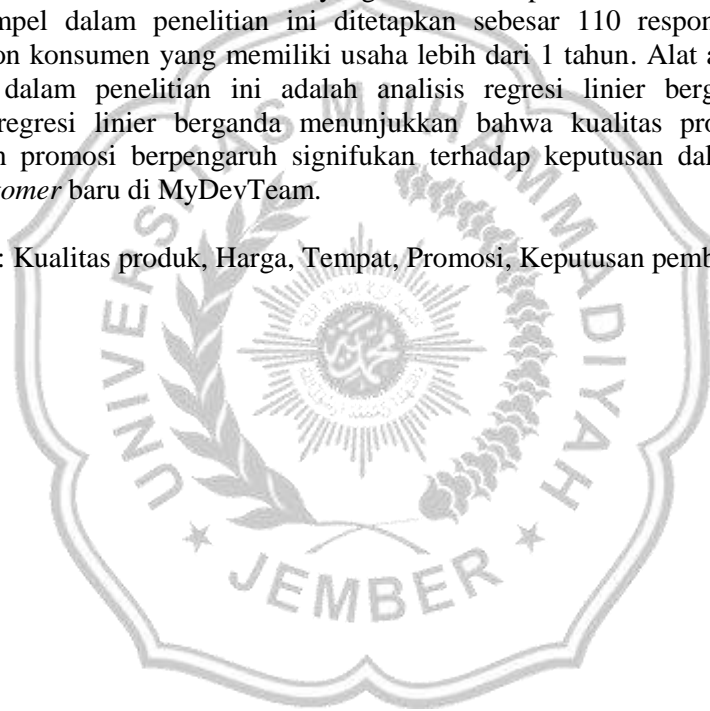
(QS. Asy Syarh:5)



ABSTRAK

Era revolusi industri 4.0 yang seperti sekarang ini, terjadi perkembangan secara pesat dalam bidang teknologi diberbagai Negara termasuk di Indonesia sendiri. MyDevTeam merupakan salah satu perusahaan design produk dan *branding* produk yang berada di Kota Surabaya. Penurunan jumlah konsumen MyDevTeam tahun 2020 diakibatkan karena adanya Pandemi Covid-19. Adanya pembatasan kegiatan yang dilakukan pemerintah (*psychal distancing*) berdampak pada penurunan daya beli masyarakat terhadap suatu produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh bauran pemasaran keputusan dalam memilih produk (Studi Kasus pada Customer Baru di MyDevTeam). Populasi dari penelitian ini adalah seluruh calon konsumen baru yang melakukan pembelian di MyDevTeam. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 110 responden dengan kriteria calon konsumen yang memiliki usaha lebih dari 1 tahun. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian regresi linier berganda menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam memilih produk *customer* baru di MyDevTeam.

Kata Kunci: Kualitas produk, Harga, Tempat, Promosi, Keputusan pembelian



ABSTRACT

In the era of the industrial revolution 4.0, as it is today, there is a rapid development in the field of technology in various countries, including in Indonesia itself. MyDevTeam is one of the product design and product branding companies located in the city of Surabaya. The decline in the number of MyDevTeam consumers in 2020 was due to the Covid-19 Pandemic. The existence of restrictions on activities carried out by the government (psychal distancing) has an impact on reducing people's purchasing power for a product. This study aims to determine and analyze the influence of marketing mix decisions in choosing a product (Case Study on New Customers in MyDevTeam). The population of this study is all new potential customers who make purchases at MyDevTeam. The number of samples in this study was set at 110 respondents with the criteria of prospective customers who have a business for more than 1 year. The analytical tool used in this research is multiple linear regression analysis. The results of multiple linear regression test indicate that product quality, price, place, and promotion have a significant effect on decisions in choosing new customer products at MyDevTeam.

Keywords: Product quality, Price, Place, Promotion, Purchase decision



KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Dalam Memilih Produk (Studi Kasus pada Customer Baru di MyDevTeam)” sesuai dengan rencana yang telah direncanakan.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Maheni Ika Sari S.E., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Bapak Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember
3. Ibu Maheni Ika Sari S.E., MM selaku dosen pembimbing I dan Ibu Pawestri Winahyu S.Psi., MM selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Bayu Wijyantini, SE., MM selaku dosen ketua penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
6. Pihak MyDevTeam yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada peneliti untuk melakukan penelitian dengan memberikan informasi dan data kepada peneliti sebagai kebutuhan penelitian.
7. Kedua orang tua yang telah memberikan doa dan semangat kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
8. Teman-teman Manajemen B 2018 atas dukungan dan semangatnya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca dan bagi kemajuan ilmu manajemen.

Surabaya, 15 Juli 2022

Fardhotun Ainun N

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN PENULIS	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERSEMBAHAN SKRIPSI	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Manajemen pemasaran.....	7
2.1.2 Strategi pemasaran.....	8
2.1.3 Bauran pemasaran.....	11
2.1.4 Keputusan pembelian.....	16
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Konseptual	22
2.4 Hipotesis	23
2.4.1 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.....	23
2.4.2 Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.....	23
2.4.3 Pengaruh tempat terhadap keputusan pembelian.....	23
2.4.4 Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian	24
BAB 3 METODE PENELITIAN	25
3.1 Identifikasi Variabel	25
3.1.1 Variabel terikat	25
3.1.2 Variabel bebas	25
3.2 Definisi Operasional Variabel	25
3.3 Desain Penelitian	27
3.4 Jenis Data	27

3.4.1 Data primer	27
3.4.2 Data sekunder	28
3.5 Populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel	28
3.5.1 Populasi.....	28
3.5.2 Sampel	28
3.5.3 Teknik pengambilan sampel	28
3.6 Teknik Pengumpulan Data	28
3.7 Teknik Analisis Data	29
3.7.1 Analisis deskriptif.....	29
3.7.2 Uji Instrumen	29
3.7.2.1 Uji Validitas	29
3.7.2.2 Uji Reliabilitas.....	30
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	30
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda	31
3.7.5 Uji Hipotesis	32
3.7.6 Uji Koefisien Determinasi	32
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	33
4.2 Hasil Analisis Data	38
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	38
4.2.1.1 Karakteristik Responden	38
4.2.1.2 Variabel Penelitian	40
4.2.2 Uji Instrumen	42
4.2.2.1 Uji Validitas	42
4.2.2.2 Uji Reliabilitas.....	43
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	44
4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda	46
4.2.5 Uji Hipotesis	47
4.2.6 Uji Koefisien Determinasi	49
4.3 Pembahasan	49
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	56

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Daftar harga produk	33
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	38
Tabel 4.3 Umur Responden.....	39
Tabel 4.4 Pendidikan terakhir responden.....	39
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel produk	40
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel harga.....	40
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel tempat.....	41
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel promosi.....	41
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel keputusan pembelian.....	42
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas	45
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
Tabel 4.14 Hasil Uji t.....	47
Tabel 4.15 Hasil Uji R ²	48



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Statistik Pengguna Internet Indonesia Berdasarkan Usia 2021	1
Gambar 1.2 Jumlah konsumen MyDevTeam tahun 2016 – 2020	4
Gambar 2.1 Lima tahap keputusan pembelian	17
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	22
Gambar 4.1 Peta Lokasi MyDevTeam	34
Gambar 4.2 : Instagram MyDevTeam	35
Gambar 4.3 Struktur Organisasi	37
Gambar 4.4 Uji Normalitas <i>normal probability plot</i>	44
Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	58
Lampiran 2. Rekapitulasi Kuisisioner	62
Lampiran 3. Jawaban Responden	66
Lampiran 4. Uji Instrumen	72
Lampiran 5. Analisis Regresi Linier Berganda	77
Lampiran 6. Uji Asumsi Klasik.....	78
Lampiran 7. Uji Hipotesis	80
Lampiran 8. R tabel.....	81
Lampiran 9 Dokumentasi	82

