

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA USAHA BANGUNAN UD. BIMA JAYA
SITUBONDO**

SKRIPSI



Oleh :

Bagus Arifin
NIM. 2010411275

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

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bagus Arifin

NIM : 2010411275

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA USAHA BANGUNAN UD. BIMA JAYA SITUBONDO.**; 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.

Jember, 21 Oktober 2022

Yang menyatakan,



Bagus Arifin
NIM. 2010411275

**PENGARUH BAHAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA USAHA BANGUNAN UD. BIMA JAYA
SITUBONDO**



Oleh :

Bagus Arifin
NIM. 2010411275

Pembimbing:

Dosen Pendamping Utama : **Dr. Nurul Qomariyah, MM**

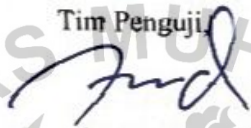
Dosen Pembimbing Pendamping : **Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM**

PENGESAHAN

Skripsi berjudul; PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA USAHA BANGUNAN UD. BIMA JAYA SITUBONDO, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Nama : Bagus Arifin
NIM : 2010411275
Hari : Kamis
Tanggal : 20 Oktober 2022
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,


Ahmad Izudin, SE., MM
NPK. 1990100711605780

Anggota 1,


Dr. Nurul Oomariah, M.M
NPK. 1967081010603426

Anggota 2,


Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM
NPK. 1986051411703796

Mengesahkan:



Maheni Mukti Sari, SE., MM
NIP. 19770811 2005 01 2001

Ketua Jurusan,


Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM
NPK. 1986051411703796

MOTTO

**Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantara
kamu dan orang-orang yang
berilmu pengetahuan beberapa derajat.
Dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan**

(Al-Mujadillah:11)

**“Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada
di jalan Allah “**

(HR.Turmudzi)



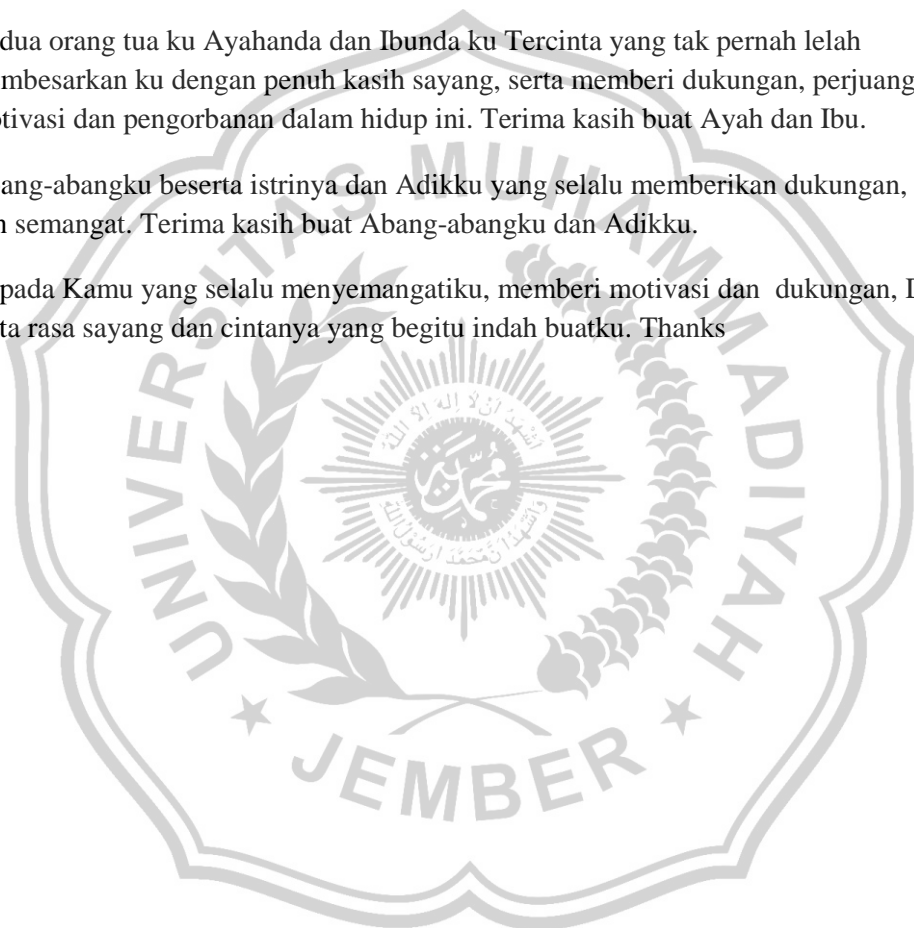
PERSEMBAHAN

Sujud syukur ku persembahkan pada ALLAH yang maha kuasa, berkat dan rahmat detak jantung, denyut nadi, nafas dan putaran roda kehidupan yang diberikan-Nya hingga saat ini saya dapat mempersembahkan skripsi ku pada orang-orang tersayang:

Kedua orang tua ku Ayahanda dan Ibunda ku Tercinta yang tak pernah lelah membesarkan ku dengan penuh kasih sayang, serta memberi dukungan, perjuangan, motivasi dan pengorbanan dalam hidup ini. Terima kasih buat Ayah dan Ibu.

Abang-abangku beserta istrinya dan Adikku yang selalu memberikan dukungan, dan semangat. Terima kasih buat Abang-abangku dan Adikku.

Kepada Kamu yang selalu menyemangatiku, memberi motivasi dan dukungan, Doa serta rasa sayang dan cintanya yang begitu indah buatku. Thanks



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah Tuhan seru sekalian alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA USAHA BANGUNAN UD. BIMA JAYA SITUBONDO".

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

1. Maheni Ika Sari, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis.
2. Achmad Hasan Hafidzi, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis.
3. Dr. Nurul Qomariah, M.M Seno selaku dosen pembimbing I dan Achmad Hasan Hafidzi, SE, MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Ahmad Izudin. SE., MM, selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.

5. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
6. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiannya yang tak terbatas. Terima kasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
7. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.
8. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2014 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
9. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bias memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember, 21 Oktober 2022

Penyusun

Bagus Arifin

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	7
2.1.2 Konsep Pemasaran.....	7
2.1.3 Bauran Pemasaran	8
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	10
2.1.5 Keputusan Pembelian	13
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	15
2.3 Kerangka Konseptual	16
2.4 Hipotesis Penelitian	16
BAB 3 METODE PENELITIAN	17
3.1 Identifikasi Variabel	17
3.1.1 Variabel Bebas	17

3.1.2 Variabel Terikat	17
3.2 Definisi Operasional Variabel	17
3.3 Desain Penelitian	19
3.4 Populasi dan Sampel	19
3.5 Jenis dan Sumber Data	21
3.5.1 Data Sekunder	21
3.5.2 Data Primer	21
3.6 Teknik Pengumpulan Data	21
3.7 Teknik Analisis Data	22
3.7.1 Uji Instrumen Data	22
3.7.1.1 Uji Validitas	22
3.7.1.2 Uji Reliabilitas	23
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda	23
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	24
3.7.3.1 Uji Normalitas	24
3.7.3.2 Uji Multikolinearitas	24
3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas	24
3.7.4 Uji Hipotesis	25
3.7.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	25
3.7.4.2 Uji Parsial (Uji t)	25
3.7.4.3 Koefisien Determinasi (R^2)	26
BAB 4 HASIL DAN PENBAHASAN	27
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	27
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	27
4.1.2 Struktur Organisasi	28
4.1.3 Fungsi Dan Tugas Jabatan	28
4.2 Aspek Personalia	29
4.2.1 Jumlah Tenaga Kerja	29
4.2.2 Jam Kerja	29
4.2.3 Sistem Upah	29
4.3 Aspek Pemasaran	29
4.3.1 Daerah Pemasaran	29
4.4 Diskriptif Statistik Responden	29
4.4.1 Diskriptif Statistik Responden menurut usia, Jenis kelamin tingkat pendidikan dan lama menjadi pelanggan.....	30
4.4.2 Deskriptif Variabel Penelitian.....	31

4.4.3 Produk (X1).....	31
4.4.4 Harga (X2).....	32
4.4.5 Tempat (X3).....	33
4.4.6 Promosi (X4).....	34
4.4.7 Keputusan Pembelian (Y).....	35
4.5 Analisis Data	37
4.5.1 Uji Instrumen Data	37
4.5.1.1 Pengujian Validitas Data	37
4.5.1.2 Pengujian Reliabilitas Data	38
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda	38
4.6.1 Pengujian Asumsi Klasik	40
4.6.1.1 Pengujian Normalitas	40
4.6.1.2 Pengujian Multikolinearitas	41
4.7 Pengujian Hipotesis	43
4.7.1 Uji F	43
4.7.2 Uji t	44
4.7.3 Koefisien Determinasi	45
4.8 Pembahasan	46
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	48
5.1 Kesimpulan	48
5.2 Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	50

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Pangsa Pasar.....	4
Tabel 1.2: Total pendapatan UD. Bima Jaya.....	5
Tabel 2.1: Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu	17
Tabel 4.1: Deskriptif statistic responden menurut Usia.....	32
Tabel 4.2: Deskriptif statistic responden menurut Jenis Kelamin.....	32
Tabel 4.3: Deskriptif statistic responden menurut lama menjadi pelanggan.....	33
Tabel 4.4: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap produk.....	33
Tabel 4.5: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Harga	34
Tabel 4.6: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Tempat	35
Tabel 4.7: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Promosi	36
Tabel 4.8: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
Tabel 4.9: Hasil Pengujian Validitas	39
Tabel 4.10: Hasil Pengujian Reliabilitas	40
Tabel 4.11: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	41
Tabel 4.12: Hasil Hasil Uji Multikolinearitas	44
Tabel 4.13: Hasil Uji F	45
Tabel 4.14: Hasil Uji t	46
Tabel 4.15: Hasil Uji Koefisien Determinasi	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Kerangka Pemikiran Penelitian	18
Gambar 4.1: Struktur Organisasi UD. Bima Jaya.....	30
Gambar 4.2: Hasil Pengujian Normalitas	43
Gambar 4.3: Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	45

