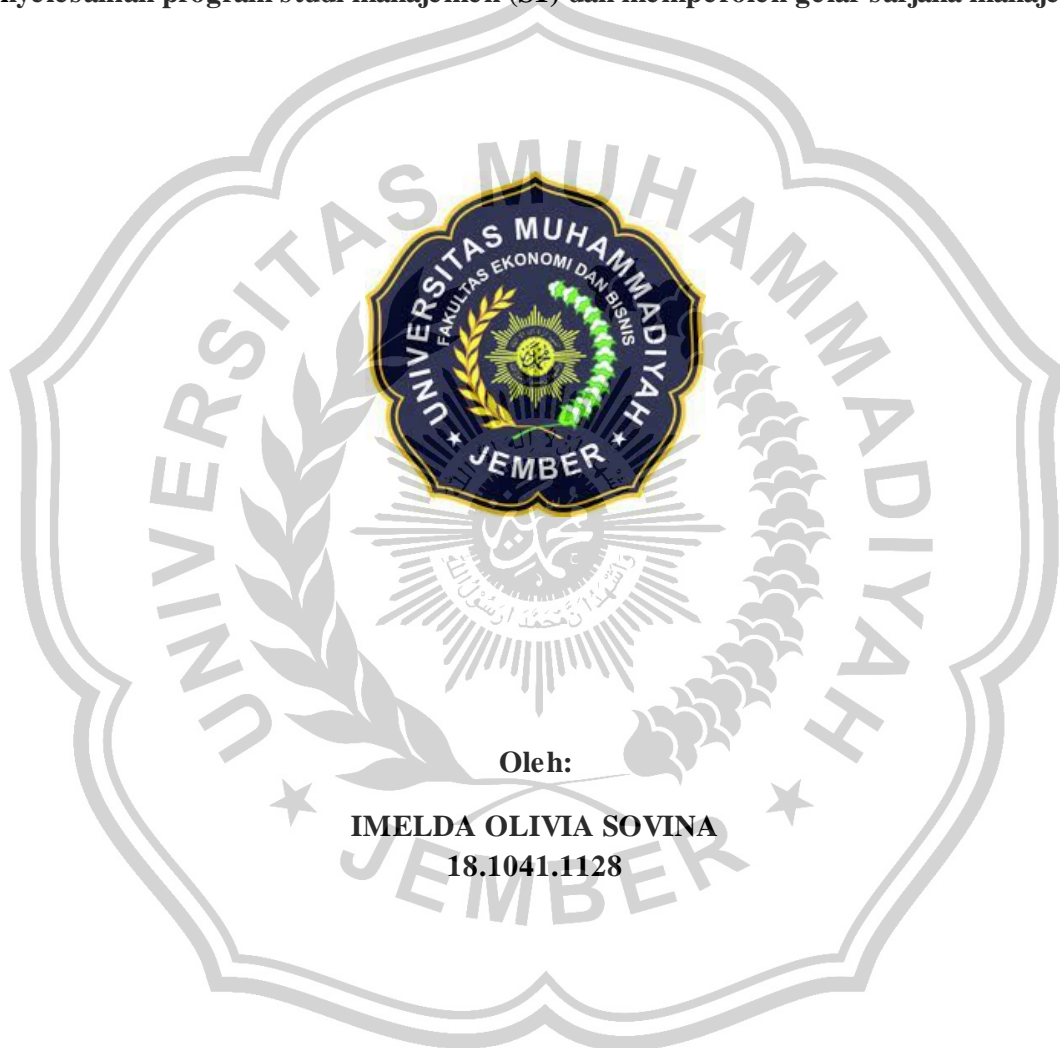


**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WARUNG
BAKSO MBAH WIRO GUMUKMAS JEMBER**

SKRIPSI

**Diajukan guna untuk melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
Menyelesaikan program studi manajemen (S1) dan memperoleh gelar sarjana manajemen**



Oleh:

IMELDA OLIVIA SOVINA
18.1041.1128

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2023**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Imelda Olivia Sovina
NIM : 1810411128
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Bakso Mbah Wiro Gumukmas Jember 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, 7 Oktober 2022

Yang menyatakan,



Imelda Olivia Sovina
NIM. 1810411128

SKRIPSI

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WARUNG
BAKSO MBAH WIRO GUMUKMAS JEMBER**



Oleh :

Imelda Olivia Sovina

NIM : 18.1041.1128

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Wahyu Eko Setianingsih, SE, MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Ahmad Izzuddin, SE, MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul : Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Bakso Mbah Wiro Gumukmas Jember telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Imelda Olivia Sovina

NIM : 1810411128

Hari : Kamis

Tanggal : 22 Desember 2022

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember


Tim Penguji


Feti Fatimah, SE., MM
NPK 1979052510709622

Anggota 1,

Anggota 2,


Wahyu Eko Setianingsih, SE., MM
NPK 1979120811503633


Ahmad Izzuddin, SE., MM
NPK 19901007116005788

Mengesahkan :

Dekan,

Ketua Program Studi,




Maheni Ika Sari, SE., MM
NIP 19770 811 2005 01 2001


Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM
NPK 1986051411703796

MOTTO

“Jangan takut jatuh, karena yang tidak pernah memanjatlah yang tidak pernah jatuh. Jangan takut gagal, karena yang tidak pernah gagal hanyalah orang-orang yang tidak pernah melangkah. Jangan takut salah, karena dengan kesalahan yang pertama kita dapat menambah pengetahuan untuk mencari jalan yang benar pada langkah yang kedua.”

(Hamka)

“Keberhasilan bukanlah milik orang yang pintar. Keberhasilan adalah kepuyaan mereka yang senantiasa berusaha.”

(Sukses is not possessed by educated people. It belongs to those who try everlastingly.)

(B.J Habibie)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur aku panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman dan kasih-Nya dalam mengerjakan skripsi ini, tidak lupa aku ucapkan banyak-banyak terima kasih kepada semua yang telah membantu aku di dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya:

1. Orang Tuaku tercinta, Mama Papa aku tahu betapa sulitnya kalian merawat dan menjagaku, membesarkanku juga mendidikku hingga dewasa dan membimbingku dengan penuh kesabaran dan selalu menasehatiku agar menjadi orang yang memiliki kepribadian dan perilaku yang baik, serta menyayangiku dan juga mendoakanku dalam segala hal yang tiada pernah henti, Dan mereka juga selalu memberi dukungan di segala aktivitas dimasa perkuliahan. Mereka itu layaknya pelita sebagai penerang hidup dan sebagai semangat yang menjadi motivasi tuk tetap kuat untuk terus melangkah maju.
2. Adikku Nova Hilda Tavana yang sangat aku sayangi yang selalu mendukungku sampai selesainya skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu Dosen pembimbing saya yaitu Ibu Wahyu Eko Setianingsih,SE ,MM dan Bapak Ahmad Izzuddin ,SE ,MM yang sudah sabar membimbing saya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Untuk Sahabat-sahabat baikku yaitu Putri Devi Maharani dan Siti Mariyatul Qibtiyah, yang selalu ada disisi saya. Terima kasih telah menyediakan pundak untuk menangis dan memberi bantuan saat aku membutuhkannya.
5. Untuk Orang yang saya sayangi. Kamu adalah sosok terbaik, yang tidak bisa tetap acuh pada masalah orang-orang yang membutuhkan bantuan. Betapa beruntungnya aku bertemu denganmu di jalan hidupku.
6. Untuk teman-teman kelas Manajemen D 2018 terima kasih kekompakan dan kebersamaan selama kita kuliah.
7. Almamaterku Universitas Muhammadiyah Jember yang kubanggakan.

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 *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Bakso Mbah Wiro Gumukmas Jember”.

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 terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Maheni Ika Sari, SE., MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Achmad Hasan Hafidzi. SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Wahyu Eko Setianingsih, SE., MM, selaku dosen pembimbing I dan Ahmad Izzuddin, SE., MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Feti Fatimah 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 Muhammadiyah 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. Terimakasih 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 2018 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 bisa 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, Oktober 2022
Penyusun

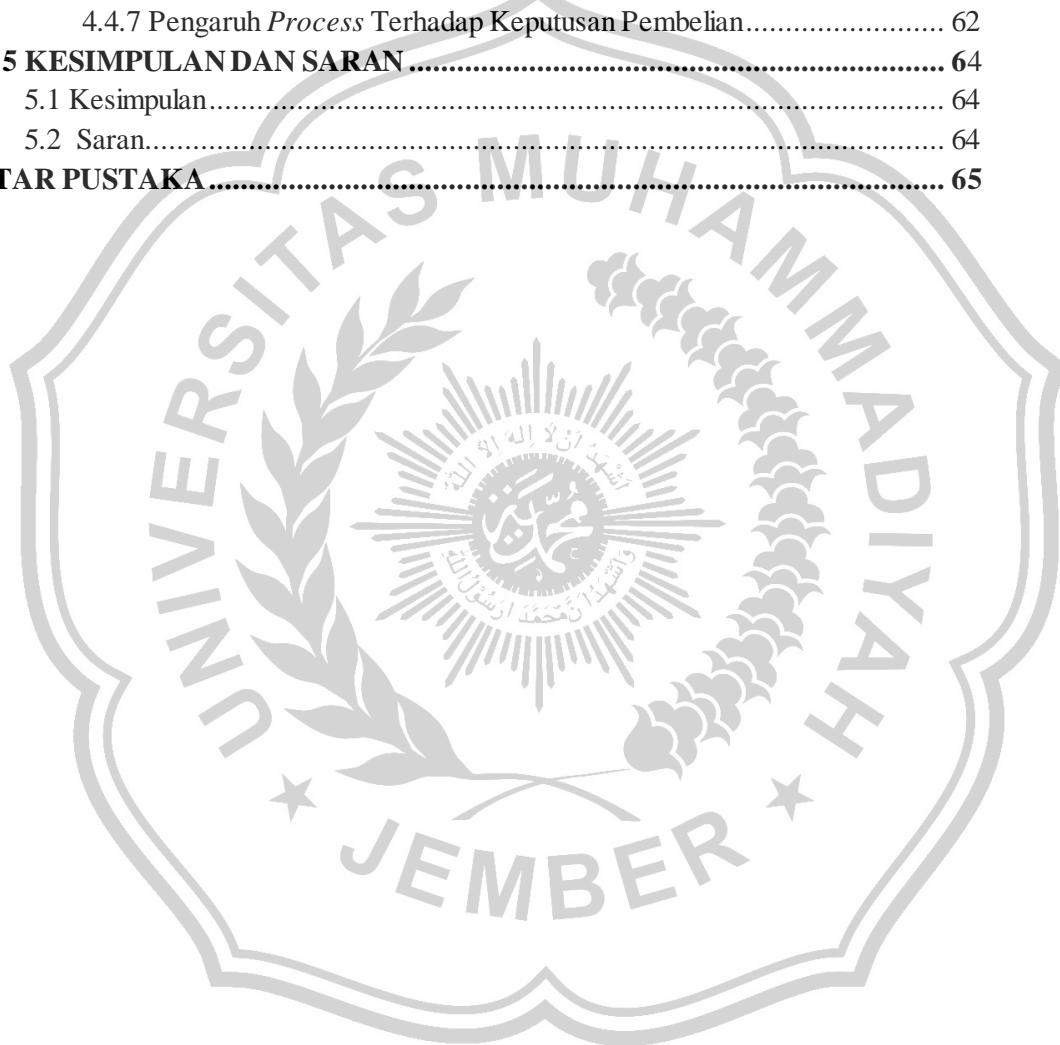
Imelda Olivia Sovina

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| HALAMANSAMPUL | |
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERNYATAAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI | iv |
| HALAMAN MOTTO | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vi |
| HALAMAN ABSTRAK | vii |
| HALAMAN ABSTRACT | vii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 9 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 10 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian | 10 |
| BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA | 11 |
| 2.1 Landasan Teori | 11 |
| 2.1.1 Pemasaran..... | 11 |
| 2.1.2 Manajemen Pemasaran | 11 |
| 2.1.3 Konsep Pemasaran | 11 |
| 2.1.4 Perilaku Konsumen | 12 |
| 2.1.4.1 Model Perilaku Konsumen..... | 12 |
| 2.1.4.2 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen | 12 |
| 2.1.5 Keputusan Pembelian | 15 |
| 2.1.5.1 Proses Keputusan Pembelian..... | 15 |
| 2.1.5.2 Indikator-indikator Keputusan Pembelian | 17 |
| 2.1.6 <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)..... | 17 |
| 2.1.7 <i>Product</i> (Produk)..... | 17 |
| 2.1.7.1 Tingkatan Produk..... | 18 |
| 2.1.7.2 Klasifikasi Produk..... | 18 |
| 2.1.7.3 Atribut Produk | 19 |
| 2.1.7.4 Unsur-unsur Atribut Produk..... | 19 |
| 2.1.7.5 Indikator-indikator Produk..... | 21 |
| 2.1.8 <i>Price</i> (Harga) | 21 |
| 2.1.8.1 Penetapan Harga..... | 22 |
| 2.1.8.2 Indikator-indikator Harga | 22 |
| 2.1.9 <i>Place</i> (Tempat/Saluran Pemasaran)..... | 22 |
| 2.1.9.1 Indikator-indikator Tempat/Saluran Pemasaran | 23 |
| 2.1.10 <i>Promotion</i> (Promosi)..... | 23 |
| 2.1.10.1 Indikator-indikator Promosi | 24 |

| | |
|--|-----------|
| 2.1.11 <i>People</i> (Orang) | 24 |
| 2.1.11.1 Indikator-indikator Orang | 24 |
| 2.1.12 <i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik) | 24 |
| 2.1.12.1 Indikator-indikator Bukti Fisik..... | 25 |
| 2.1.13 <i>Process</i> (Proses)..... | 25 |
| 2.1.13.1 Indikator-indikator Proses | 25 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu..... | 26 |
| 2.3 Kerangka Konseptual | 31 |
| 2.4 Hipotesis | 31 |
| 2.4.1 Hubungan <i>Product</i> dengan Keputusan Pembelian..... | 31 |
| 2.4.2 Hubungan <i>Price</i> dengan Keputusan Pembelian..... | 32 |
| 2.4.3 Hubungan <i>Place</i> dengan Keputusan Pembelian | 32 |
| 2.4.4 Hubungan <i>Promotion</i> dengan Keputusan Pembelian..... | 32 |
| 2.4.5 Hubungan <i>People</i> dengan Keputusan Pembelian | 33 |
| 2.4.6 Hubungan <i>Physical Evidence</i> dengan Keputusan Pembelian | 33 |
| 2.4.7 Hubungan <i>Process</i> dengan Keputusan Pembelian..... | 33 |
| BAB 3 METODE PENELITIAN | 34 |
| 3.1 Identifikasi Variabel..... | 34 |
| 3.2 Definisi Operasional Variabel..... | 34 |
| 3.3 Desain Penelitian..... | 36 |
| 3.4 Jenis Data..... | 36 |
| 3.5 Populasi dan Sampel..... | 36 |
| 3.5.1 Populasi..... | 36 |
| 3.5.2 Sampel | 36 |
| 3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel..... | 37 |
| 3.6 Teknik Pengumpulan Data | 37 |
| 3.7 Teknik Pengukuran Data | 37 |
| 3.8 Teknik Analisis Data..... | 38 |
| 3.8.1 Uji Instrumen Data | 38 |
| 3.8.2 Analisis Regresi Linear Berganda | 39 |
| 3.8.3 Uji Asumsi Klasik | 39 |
| 3.8.4 Uji Hipotesis | 40 |
| 3.8.5 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)..... | 41 |
| BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN | 42 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 42 |
| 4.1.1 Sejarah Singkat Usaha..... | 42 |
| 4.1.2 Visi dan Misi Warung Bakso Mbah Wiro..... | 42 |
| 4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan | 43 |
| 4.1.4 Aspek Personalia..... | 43 |
| 4.1.5 Aspek Pemasaran | 44 |
| 4.1.6 Jenis-jenis Produk Yang Dijual..... | 44 |
| 4.2 Hasil Analisis Data | 45 |
| 4.2.1 Diskripsi Statistik Responden..... | 45 |
| 4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian..... | 47 |
| 4.3 Analisis Data..... | 51 |
| 4.3.1 Pengujian Instrumen Data | 51 |
| 4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda..... | 53 |

| | |
|--|-----------|
| 4.3.3 Pengujian Asumsi Klasik | 55 |
| 4.3.4 Pengujian Hipotesis | 57 |
| 4.3.5 Koefisien Determinasi | 58 |
| 4.4 Pembahasan | 59 |
| 4.4.1 Pengaruh <i>Product</i> Terhadap Keputusan Pembelian..... | 59 |
| 4.4.2 Pengaruh <i>Price</i> Terhadap Keputusan Pembelian..... | 59 |
| 4.4.3 Pengaruh <i>Place</i> Terhadap Keputusan Pembelian | 60 |
| 4.4.4 Pengaruh <i>Promotion</i> Terhadap Keputusan Pembelian..... | 60 |
| 4.4.5 Pengaruh <i>People</i> Terhadap Keputusan Pembelian | 61 |
| 4.4.6 Pengaruh <i>Physical Evidence</i> Terhadap Keputusan Pembelian | 62 |
| 4.4.7 Pengaruh <i>Process</i> Terhadap Keputusan Pembelian..... | 62 |
| BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN | 64 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 64 |
| 5.2 Saran..... | 64 |
| DAFTAR PUSTAKA | 65 |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 Target dan Realisasi penjualan pada Warung Bakso Mbah Wiro Gumukmas | 6 |
| Tabel 1.2 Pelaku Usaha Kuliner di Gumukmas | 8 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 26 |
| Tabel 4.1 Jumlah Tenaga Kerja Warung Bakso Mbah Wiro..... | 44 |
| Tabel 4.2 Menu Warung Bakso Mbah Wiro..... | 45 |
| Tabel 4.3 Responden Menurut Usia | 46 |
| Tabel 4.4 Responden Menurut Jenis Kelamin | 46 |
| Tabel 4.5 Responden Menurut Tingkat Pendidikan..... | 46 |
| Tabel 4.6 Responden Menurut Lama Berlangganan | 47 |
| Tabel 4.7 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap <i>Product</i> | 47 |
| Tabel 4.8 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap <i>Price</i> | 48 |
| Tabel 4.9 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap <i>Place</i> | 48 |
| Tabel 4.10 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap <i>Promotion</i> | 49 |
| Tabel 4.11 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap <i>People</i> | 49 |
| Tabel 4.12 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap <i>Physical Evidence</i> | 50 |
| Tabel 4.13 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap <i>Process</i> | 50 |
| Tabel 4.14 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian | 51 |
| Tabel 4.15 Hasil Pengujian Validitas | 52 |
| Tabel 4.16 Hasil Pengujian Reliabilitas | 53 |
| Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda..... | 54 |
| Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas | 56 |
| Tabel 4.19 Hasil Uji t..... | 57 |
| Tabel 4.20 Hasil Uji F..... | 58 |
| Tabel 4.21 Hasil uji Koefisien Determinasi | 58 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen..... | 12 |
| Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian..... | 15 |
| Gambar 2.3 Kerangka Konseptual | 31 |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi Warung Bakso Mbah Wiro..... | 43 |
| Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas..... | 55 |
| Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas | 56 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| LAMPIRAN 1: Kuesioner Penelitian | 67 |
| LAMPIRAN 2: Rekapitulasi Kuesioner | 71 |
| LAMPIRAN 3: Frekuensi Pernyataan Responden | 80 |
| LAMPIRAN 4: Uji Validitas | 89 |
| LAMPIRAN 5: Uji Reliabilitas | 99 |
| LAMPIRAN 6: Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, Dan Hipotesis | 107 |
| LAMPIRAN 7: Tabel R <i>Product Moment</i> , Tabel Distribusi F Dan Tabel Distribusi T..... | 111 |
| LAMPIRAN 8 : Dokumentasi Penelitian..... | 116 |

