

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
BATA PADA TOKO SEPATU DI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

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



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

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
BATA PADA TOKO SEPATU DI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

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



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

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahmad Febrian Pratama
NIM : 1710411164
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU BATA PADA TOKO SEPATU DI KABUPATEN JEMBER** merupakan 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, 27 Juni 2023

Yang menyatakan,

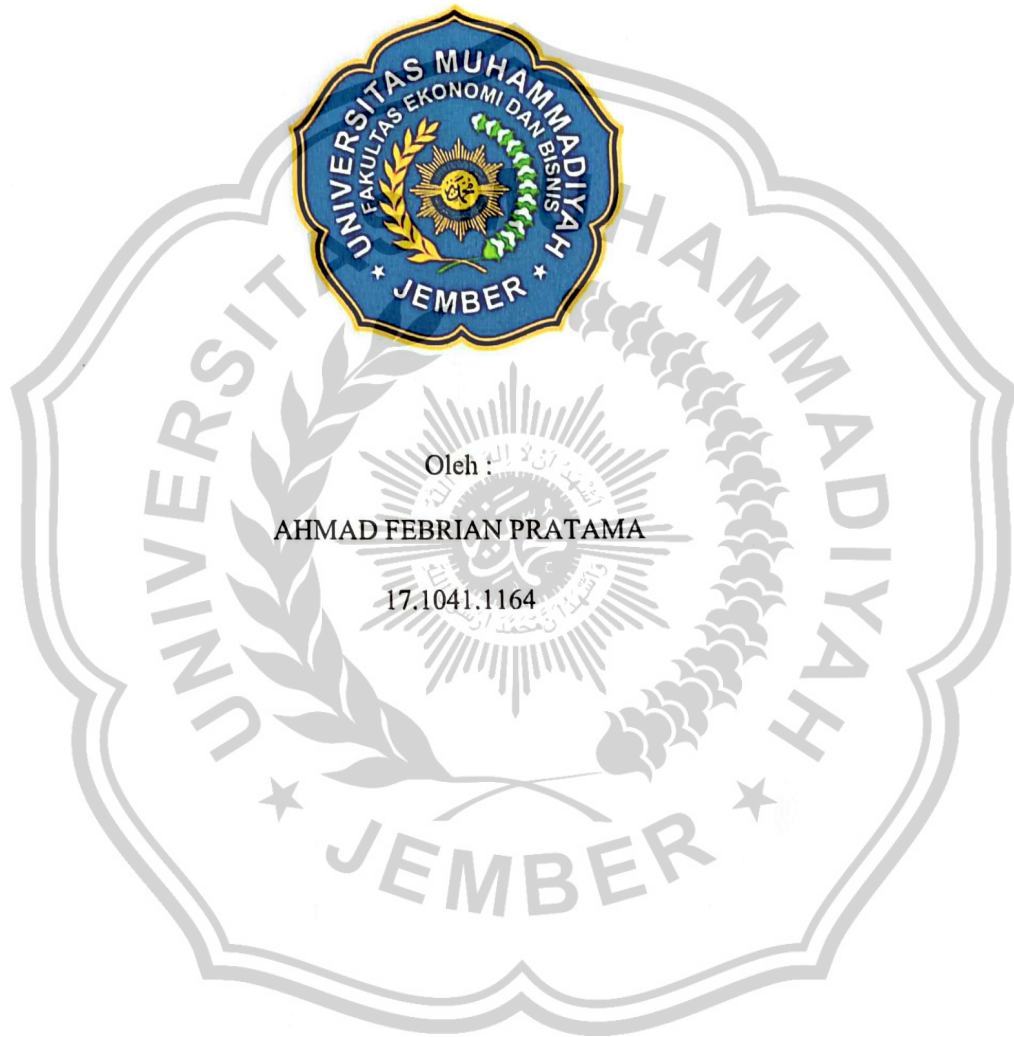


Ahmad Febrian Pratama

NIM. : 1710411164

SKRIPSI

PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU BATA
PADA TOKO SEPATU DI KABUPATEN JEMBER



Oleh :

AHMAD FEBRIAN PRATAMA

17.1041.1164

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Trias Setyowati, SH., SE., M.M.

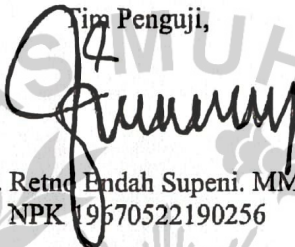
Dosen Pembimbing Pendamping : Dr. Haris Hermawan, SE., MM.

LEMBAR PENGESAHAN

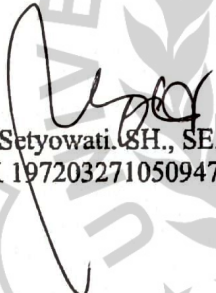
Skripsi berjudul : **PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU BATA PADA TOKO SEPATU DI KABUPATEN JEMBER**, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Ahmad Febrian Pratama
NIM : 1710411164
Hari : Selasa
Tanggal : 18 Juli 2023
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,


Dr. Retno Endah Supeni. MM.
NPK 19670522190256

Anggota 1,

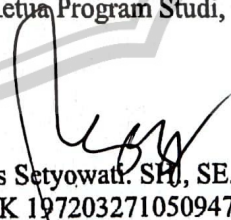

Dr. Trias Setyowati. SH., SE., MM.
NPK 1972032710509477

Anggota 2,


Dr. Haris Hermawan. SE., MM.
NPK 1968101011503640

Mengesahkan :


Dekan,
* Maheni Ika Sari. SE., MM.
NIP 1977081120050120001

Ketua Program Studi,

Dr. Trias Setyowati. SH., SE., MM.
NPK 1972032710509477

MOTTO

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang lain).

(QS. Al Insyirah :6-7)

Ada masa dimana kau tidak menemukan kebahagiaan kecuali mengasingkan diri dari keramaian

Ali Bin Abi tahlib

Karena sesuatu tampaknya sulit bagimu, jangan berpikir mustahil bagi siapapun untuk mencapainya.

Marcus Aurelius

Hidup itu Asik-asik aja, yang susah biar diurus sama Allah SWT.

Emha Ainun Najib



PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim, segala Puji syukur bagi Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya hingga sampai akhirnya terselesaikan penulisan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga selalu senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW. Dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda terima kasih dan hormat saya yang tidak terkira kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan segala nikmat yang takterhingga. Terima kasih atas ridho dan kehendak-Mu sehingga hamba-Mu ini dapat menyelesaikan tugas akhir dengan lancar.
2. Bapak dan ibu tercinta yang telah memberikan banyak hal dalam hidup dan pendidikan saya.
3. Keluarga besar penulis yang telah memberikan warna lain di hidup ini, terima kasih atas segala hal yang tidak terungkapkan dengan bahasa apapun.
4. Dr. Trias Setyowati,SH., SE., M.M., Dr. Haris Hermawan. SE., MM., selaku pembimbing dan Dr. Retno Endah Supeni, MM. selaku dosen penguji yang selama ini telah tulus meluangkan waktunya untuk menuntun dan mengarahkan saya, memberikan bimbingan dan pelajaran yang tak ternilai harganya agar saya menjadi lebih baik. Terimakasih Bapak dan Ibu dosen, jasa kalian akan selalu Saya ingat.
5. Dani Prasetyo, S.TP., selaku teman satu kos yang selalu memberikan motivasi dan saran atas penyusunan skripsi ini hingga selesai.
6. Lauditta Elvian dan Gus Tomi Febrianto terima kasih sudah mau menjadi pendengar keluh kesah selama ini dan sudah memberikan saran dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
7. Terima kasih semua teman-temanku yang sudah memberikan pelajaran hidup ini.
8. Almamaterku tercinta, Universitas Muhammadiyah Jember

KATA PENGANTAR


Puji syukur kehadirat Allah SWT. atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU BATA PADA TOKO SEPATU DI KABUPATEN JEMBER**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Manajemen pada 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. Allah SWT yang telah memberikan segala nikmat yang takterhingga. Terima kasih atas ridho dan kehendak-Mu sehingga hamba-Mu ini dapat menyelesaikan tugas akhir dengan lancar.
2. Dr. Hanafi, M.pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Maheni Ika Sari, SE.,MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Dr. Trias Setyowati, SH.,SE.,MM., selaku Kepala Progam Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.
5. Dr. Retno Endah Supeni., MM., selaku Dosen penguji, Dr. Trias Setyowati., SH.,SE., MM., sebagai pembimbing utama dan Dr. Haris Hermawan., SE., MM., sebagai pembimbing pendamping skripsi yang telah meluangkan waktu, pikiran dan perhatian dalam penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
7. Bapak dan Ibu ku tercinta yang telah memberikan kasih sayang. Selaku mendoakan dan mendukung ku serta memberi motivasi dan pengorbanan dalam hidup ini.

Penulis telah berupaya dalam penyusunan skripsi ini dengan sebaik-baiknya, namun penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak. Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan baik dari Allah SWT. dan semoga penulisan ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembaca.

Jember, 17 Juli 2023



Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	17
1.1 Latar Belakang	17
1.2 Rumusan Masalah	19
1.3 Tujuan Penelitian	19
1.4 Kegunaan Penelitian	19
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Konsep Pemasaran	20
2.2 Perilaku Konsumen	20
2.3 Keputusan Pembelian	22
2.4 Marketing Mix	25
2.4.1 Produk (<i>Product</i>).....	26
2.4.2 Harga (<i>Price</i>).....	27
2.4.3 Promosi (<i>Promotion</i>).....	27
2.4.4 Tempat (<i>Place</i>).....	27

2.4.5	Orang (<i>People</i>)	28
2.4.6	Proses (<i>Process</i>)	28
2.4.7	Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>)	28
2.5	Tinjauan Penelitian Terdahulu	29
2.6	Kerangka Konseptual	35
2.7	Hipotesis	35
2.7.1	Pengaruh Produk (<i>Product</i>) terhadap Keputusan Pembelian	36
2.7.2	Pengaruh Harga (<i>Price</i>) terhadap Keputusan Pembelian	36
2.7.3	Pengaruh Tempat (<i>Place</i>) terhadap Keputusan Pembelian	37
2.7.4	Pengaruh Promosi (<i>Promotion</i>) terhadap Keputusan Pembelian	37
2.7.5	Pengaruh Orang (<i>People</i>) terhadap Keputusan Pembelian	37
2.7.6	Pengaruh Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>) terhadap Keputusan Pembelian	38
2.7.7	Pengaruh Proses (<i>Process</i>) terhadap Keputusan Pembelian	38
BAB 3	METODE PENELITIAN	39
3.1	Identifikasi Variabel	39
3.2	Defnisi Operasional Variabel	39
3.3	Desain Penelitian	40
3.4	Jenis Data	41
3.4.1	Data Primer	41
3.4.2	Data Sekunder	41
3.5	Populasi dan Sampel	41
3.5.1	Populasi	41
3.5.2	Sampel	41
3.6	Teknik Pengambilan Sampel	42
3.7	Teknik Pengumpulan Data	42
3.7.1	Observasi Lapang	42
3.7.2	Studi Pustaka	42
3.7.3	Wawancara	42
3.7.4	Kuesioner	43

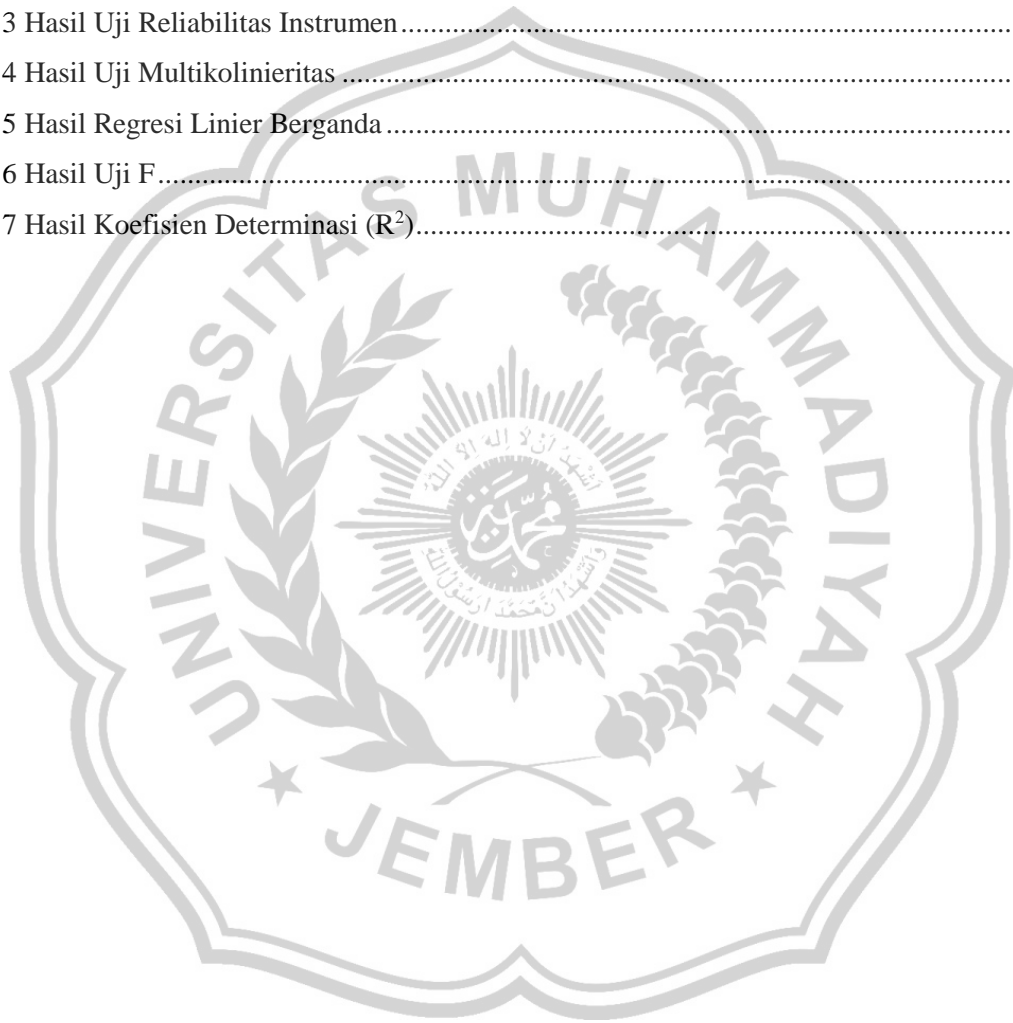
3.8 Teknik Analisis Data.....	43
3.8.1 Uji Instrumen Data.....	43
3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	44
3.8.4 Uji Hipotesis.....	45
3.9 Jadwal Penelitian.....	46
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum	47
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	47
4.1.2 Logo Perusahaan	47
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	48
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan.....	48
4.2 Hasil Karakteristik Responden.....	50
4.2.1 Usia	51
4.2.2 Pendidikan terakhir	51
4.2.3 Pekerjaan.....	51
4.2.4 Penghasilan.....	52
4.3 Uji Instrumen Data	52
4.3.1 Uji Validitas	52
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	53
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	54
4.4.1 Uji Normalitas	54
4.4.2 Uji Multikolinieritas	54
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	55
4.5 Hasil Analisis Uji Regresi Linier Berganda.....	55
4.6 Hasil Uji Hipotesis.....	57
4.6.1 Hasil Uji t	57
4.6.2 Hasil Koefisien Determinasi	58
4.7 Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bata	59

4.7.1 Pengaruh Produk (<i>Product</i>) terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bata	59
4.7.2 Pengaruh Harga (<i>Price</i>) terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bata	59
4.7.3 Pengaruh Promosi (<i>Promotion</i>) terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bata	60
4.7.4 Pengaruh Tempat (<i>Place</i>) terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bata	60
4.7.5 Pengaruh Orang (<i>People</i>) terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bata	61
4.7.6 Pengaruh Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>) terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bata 61	
4.7.7 Pengaruh Proses (<i>Process</i>) terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bata	61
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	69



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	39
Tabel 3.2 Pengukuran Skala Likert.....	43
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	50
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	52
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	53
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinieritas	54
Tabel 4.5 Hasil Regresi Linier Berganda	55
Tabel 4.6 Hasil Uji F.....	57
Tabel 4.7 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	58



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Rata-Rata Peminat Sepatu Lokal di Indoneisa pada Tahun 2021.....	17
Gambar 1.2 Grafik Penjualan Sepatu Bata Tahun 2018-2021	19
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	35
Gambar 4.1 Logo PT. Sepatu Bata Tbk.	48
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT. Sepatu Bata Tbk.....	48
Gambar 4.3 Grafik PP-Plot	54
Gambar 4.4 Grafik Scatter Plot.....	55



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	69
Lampiran 2 Tabulasi Data	74
Lampiran 3 Uji Validitas	83
Lampiran 4 Uji Reliabilitas	84
Lampiran 5 Uji Multikolinieritas	84
Lampiran 6 Uji Regresi Linier Berganda	85
Lampiran 7 Uji t Parsial	85
Lampiran 8 Uji Koefisien Determinasi	85
Lampiran 9 Dokumentasi	86

