

SKRIPSI

**PENGARUH *MARKETING MIX* DAN *E-WOM* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA USAHA BATIK TULIS
(Studi Kasus Badan Usaha Milik Desa Amartha, Desa Semboro)**



Oleh : WIDYANINGSIH PUTRI ARIYANTI

18.1041.1166

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

2024

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Widyaningsih Putri Ariyanti

Nim : 1810411166

Program Studi : Ekonomi Manajemen dan Bisnis

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: Pengaruh *Marketing Mix* dan *E-WOM* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Batik Tulis (Studi Kasus Badan Usaha Milik Desa Amarta, Desa Semboro), adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipaan 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,

Yang menyatakan,



Widyaningsih Putri Ariyanti

1810411166

SKRIPSI

**PENGARUH *MARKETING MIX* DAN *E-WOM* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA USAHA BATIK TULIS
(Studi Kasus Badan Usaha Milik Desa Amartha, Desa Semboro)**

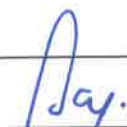
Oleh : WIDYANINGSIH PUTRI ARIYANTI

NIM. 18.1041.1166



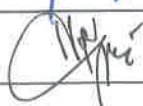
Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Bayu Wijayanti, SE.MM



A rectangular box containing a handwritten signature in blue ink, which appears to be 'Bayu'.

Dosen Pembimbing Pendamping : Nursaidah, SE.MM



A rectangular box containing a handwritten signature in blue ink, which appears to be 'Nursaidah'.

PENGESAHAN

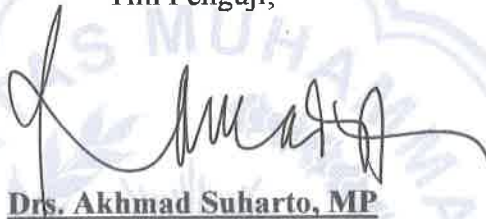
Skripsi berjudul : Pengaruh *Marketing Mix* Dan *E-WOM* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Batik Tulis (Studi Kasus Badan Usaha Milik Desa Amartha, Desa Semboro), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 01 Agustus 2021

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



Dr. Akhmad Suharto, MP

NPK: 1962120118906242

Anggota 1



Bayu Wijayanti, SE., MM
NPK.1979021711009661

Anggota 2



Nursaidah, SE., MM
NPK. 19850600111509637

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Maheni Ika Sari, SE., MM
NPK. 197708112005012001

Ketua Program Studi



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

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasih-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan kali ini saya ucapkan terimakasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Saya ucapkan terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Terima kasih saya ucapkan kepada kedua orang tua saya yang sangat saya cintai yaitu Bapak Dwi Hariyadi dan Ibu Ramasia Rengen, terima kasih atas kepercayaan yang besar terhadap saya untuk melanjutkan pendidikan di tempat yang jauh dari rumah. Terima kasih untuk setiap do'a-do'a baik, serta segala nasehat yang selalu mengiringinya. Terima kasih karena selalu mengusahakan apapun yang menjadi kebutuhan anak-anaknya. Dan yang paling penting terima kasih karena telah membuktikan pada dunia bahwa orang tua yang tidak sempat menikmati bangku perkuliahan mampu memberikan pendidikan kepada buah hatinya sampai gelar sarjana.
3. Terima kasih kepada Dosen Pembimbing dan Penguji yang telah membantu mendampingi saya dalam penyusunan skripsi.
4. Bapak dan Ibu Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember atas ilmu yang bermanfaat yang diberikan kepada penulis selaku mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2018.
5. Almameter yang penulis banggakan yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.

ABSTRAK

Pada era modern saat ini dunia bisnis semakin berkembang dengan sangat cepat dan persaingan bisnis semakin ketat. Sehingga menyebabkan para pelaku bisnis harus bekerja secara optimal agar bisa bertahan. Pada dasarnya keputusan pembelian berkaitan dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan adanya suatu proses pembelian, pada saat itu konsumen melakukan aktivitas seperti melakukan pencarian, penelitian dan pengevaluasian produk. Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli. *Marketing mix* adalah salah satu strategi pemasaran untuk menyampaikan informasi secara luas, memperkenalkan suatu produk, mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu produk. *Electronic Word of Mouth* adalah jenis komunikasi dalam internet yang secara tidak langsung bertatap muka. Dalam upaya menumbuhkan kesejahteraan masyarakat, Pemerintah Indonesia melalui Badan Pembangunan Desa membentuk suatu badan keuangan yaitu Badan Usaha Milik Desa. Salah satu BUMDes yang didirikan dengan tujuan bisa memanfaatkan aset dan potensi desa untuk membentuk kesejahteraan warga adalah BUMDes Amartha. BUMDes Amartha berdiri pada bulan Oktober (2020) yang mempunyai harapan bisa memanfaatkan aset dan potensi desa untuk membentuk kesejahteraan warga di Semboro. Tujuan penelitian ini yakni untuk mengetahui pengaruh *marketing mix* dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada usaha batik tulis di BUMDes Amartha. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling* sebanyak 105 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *marketing mix* dan *electronic word of mouth* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Marketing Mix, Electronic Word Of Mouth, Dan Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

In this modern era, the business world is developing very quickly and business competition is getting tighter. This causes business people to have to work optimally in order to survive. Basically purchasing decisions are related to consumer behavior. Consumer behavior is a process that is closely related to a purchasing process, at which time consumers carry out activities such as searching researching and evaluating products. The purchasing decision is the stage in the purchasing decision making process where consumers actually buy. Marketing mix is a marketing strategy to convey information widely, introduce a product, influence consumers to buy a product. Electronic word of mouth is a type of communication on the internet that is indirectly face to face. In an effort to foster community welfare, the Indonesian Government through the Village Development Agency formed a financial agency, namely the Village-Owned Enterprise. One of the BUMDes that was established with the aim of utilizing village assets and potential to shape the welfare of residents is BUUMDes Amarta. BUMDes Amarta was founded in October (2020) with the hope of being able to utilize village assets and potential to shape the welfare of residents in Semboro. The aim of this research is to determine the influence of marketing mix and electronic word of mouth on purchasing decisions in hand-written batik businesses in BUMDes Amarta. This research uses quantitative descriptive methods. The sample collection technique used an accidental sampling technique of 105 respondents. The research results show that the marketing mix and electronic word of mouth simultaneously influence purchasing decisions.

Keywords: Marketing Mix, Electronic Word Of Mouth, and Purchasing Decisions

MOTTO

"Allah meninggikan orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat.."

(Q.S Al-Mujadalah : 11).

“ Dan Dia bersama kamu dimana saja kamu berada. Dan Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan.”

(Q.S Al-Hadid : 4)

” Kesuksesan dimulai dari tekad yang kuat untuk tidak menyerah.“

(Napoleon Hill)



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Marketing Mix* Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Batik Tulis (Studi Kasus Badan Usaha Milik Desa Amartha, Desa Semboro)”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Penulis menyadari mengenai penulisan ini tidak bisa terselesaikan tanpa pihak-pihak yang mendukung, baik secara moral dan juga materil. Maka, penulis menyampaikan banyak-banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Dr. Hanafi, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu Maheni Ika Sari, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Dr. Trias Setyowati, SH, SE., MM selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Ibu Bayu Wijayanti, SE., MM selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan segenap kesabaran dalam membimbing, mengarahkan, memberikan informasi, saran, dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Nursaidah, SE., MM selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan segenap kesabaran dalam membimbing, mengarahkan, memberikan informasi, saran, dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Drs. Akhmad Suharto, MP selaku Dosen Penguji skripsi yang telah bersedia memberikan kritik dan saran, bimbingan serta arahan yang bermanfaat demi menyempurnakan skripsi ini.
7. Kedua orang tua tercinta, Dwi Hariyadi dan Ramasia Rengen yang telah memberikan do'a serta dukungan kasih sayang dan pengorbanannya selama ini.

Penulis dengan penuh kesadaran menyampaikan permohonan maaf atas kekuranganyang masih ada pada penulisan skripsi ini. Semoga bisa menjadi koreksi bersama untuk perbaikan selanjutnya. Segala hal yang telah diupayakan semoga bermanfaat bagi penulis maupun pembaca.

Jember,

Penulis

DAFTAR ISI

COVER.....	i
LEMBAR_PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
MOTTO	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB 1_PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	6
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	7
BAB 2_TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Tinjauan Teori	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	8
2.1.3 <i>Electronic Word of Mouth</i>	11
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	12
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
2.3 Kerangka Konseptual.....	17
2.4 Hipotesis.....	18
BAB 3_METODE PENELITIAN	21
3.1 Identifikasi Variabel	21

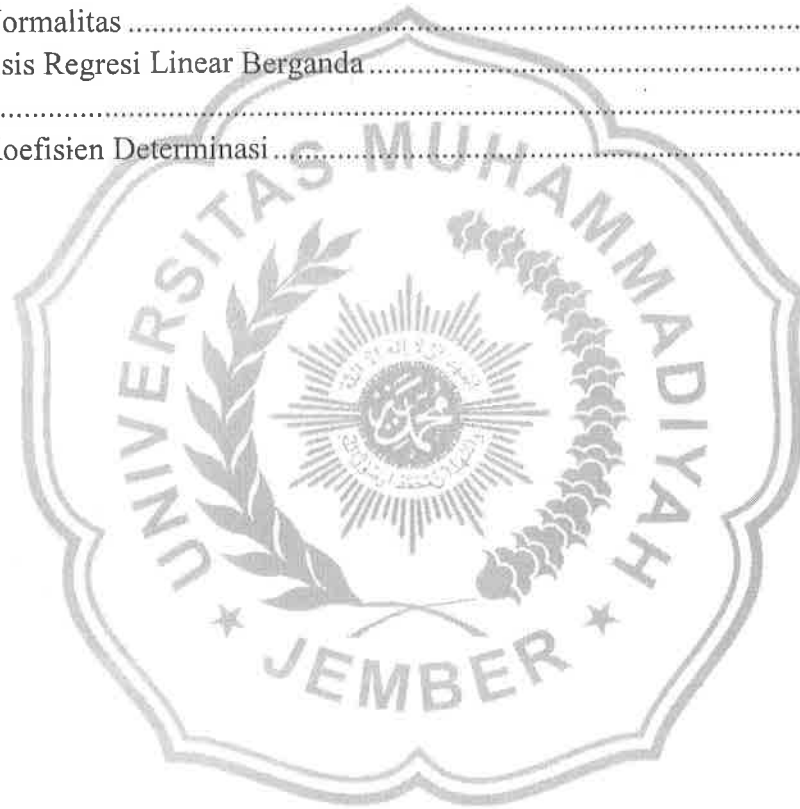
3.1.1	Variabel <i>Independent</i>	21
3.1.2	Variabel <i>Dependent</i>	21
3.2	Definisi Operasional Variabel.....	21
3.2.1	<i>Product</i>	21
3.2.2	<i>Price</i>	21
3.2.3	<i>Promotion</i>	22
3.2.4	<i>Place</i>	22
3.2.5	<i>Electronic Word of Mouth</i>	22
3.2.6	Keputusan Pembelian.....	22
3.3	Desain Penelitian.....	23
3.4	Jenis Data	23
3.4.1	Jenis Data	23
3.4.2	Sumber Data.....	23
3.5	Populasi Dan Sampel.....	23
3.5.1	Populasi.....	23
3.5.2	Sampel.....	24
3.6	Teknik Pengukuran.....	24
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.8	Metode Analisis Data.....	25
3.8.1	Uji Instrumen Data.....	25
3.8.2	Uji Asumsi Klasik.....	26
3.9	Analisis Regresi Linear Berganda.....	27
3.9.1	Uji Hipotesis.....	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		29
4.1	Gambaran Obyek Penelitian.....	29
4.2	Hasil Analisis Data.....	29
4.3.1	Pengaruh <i>Product</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	37
4.3.2	Pengaruh <i>Price</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
4.3.3	Pengaruh <i>Promotion</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
4.3.4	Pengaruh <i>Place</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
4.3.5	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	39
BAB V PENUTUP		40
5.1	Kesimpulan.....	40

5.2 Saran.....	40
DAFTAR PUSTAKA.....	41
LAMPIRAN.....	44



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jenis Usaha BUMDes Amartha.....	4
Tabel 1.2 Daftar Harga Batik	4
Tabel 1.3 Daftar Industri Batik Di Kabupaten Jember	5
Tabel 1.4 Rekapitulasi Penjualan Batik Semboro Tahun 2021	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 4.1 Uji Validitas	30
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas.....	31
Tabel 4.3 Uji Multikolinearitas	34
Tabel 4.4 Uji Normalitas	33
Tabel 4.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	35
Tabel 4.6 Uji t.....	36
Tabel 4.7 Uji Koefisien Determinasi	37



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	18
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	33

