

**PENGARUH PEMASARAN HOLISTIK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MAKARONI SETAN DI ADEEVA GROUP JEMBER**

SKRIPSI

**Diajukan guna melengkapi tugas ahir dan memenuhi salah satu syarat untuk
menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**



**Rohiqil Makhtum
NIM. 20.2041.1083**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2025**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : ROHIQIL MAKHTUM
NIM : 2010411083
PRODI : MANAJEMEN

Menyetakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: Pengaruh Pemasaran Holistik Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Makaroni Setan Di Adeeva Group Jember adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan dalam instusi 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 memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 14 Februari 2025
akan



ROHIQIL MAKHTUM
NIM. 20.1041.1083

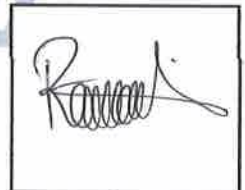
SKRIPSI

PENGARUH PEMASARAN HOLISTIK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MAKARONI SETAN DI ADEEVA GROUP JEMBER

Rohiqil Makhtum
NIM. 20.2041.1083

Pembimbing :
Dosen Pembimbing Utama : Drs. Akhmad Suharto, M.P

Dosen Pembimbing Pendamping : Rusdiyanto, S.Pd.I, M.Pd.I



PENGESAHAN

Skripsi berjudul : *Pengaruh Pemasaran Holistik Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Makaroni Setan Di Adeeva Group Jember*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari :
Tanggal :
Tempat : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

Ira Puspitadewi Samsuryaningrum, SE.,MM.
NPK. 1981072711703795

Anggota 1

Anggota 2

Drs. Akhmad Suharto, M.P
NPK. 1962120118906242

Rusdiyanto, S.Pd.I, M.Pd.I
NPK. 1991012811703792

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi

Meheni Ika Sari, SE., MM
NIP. 197708112005012001

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

PERSEMBAHAN

kesehatan, ilmu pengetahuan yang tiada batasan dan kasihnya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini saya ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. kepada orang tua yang selalu mendukung dan memberi wawasan apa yang menjadi keputusan saya ketika bermahasiswa, mendukung dan menjunjung tinggi nilai optimis terhadap dinamika saya selama berada di dalam lingkungan kampus, serta menerima segala resiko yang saya berikan kepada orang tua untuk tetap melanjutkan dan menyelesaikannya.
2. kepada sahabat saya tercinta. yang saya tidak bisa sebutkan satu persatu, dari maba hingga saat ini selalu memberikan nilai support dan simbiosis mutualisme dalam bentuk apapun sehingga saya bisa sampai detik ini dan lulus sebagai serjana dan masih banyak lagi yang tidak bisa ceritakan dalam bab skripsi saya, terimakasih banyak teruntuk sahabat saya tercinta.
3. kepada pmii : adalah proses pembentukan jati diri sebagai mahasiswa, berbagai bentuk disiplin ilmu yang sudah saya dapatkan dalam berproses merupakan sebuah rasa terimakasih dan dedikasi yang sangat mendalam bagi saya untuk bagaimana kemudian saya implementasikan dalam dunia-dunia yang sebentar lagi akan saya hadapkan dengan berbagai fenomena abstrak dan absolut, terimakasih pmii, terimakasih mahbub junaidi, terima kasih ukhuwah pmii, salam pergerakan.
4. Terakhir kepada seseorang yang selalu dapat mengingatkan saya bahwa saya adalah mahasiswa, adalah bentuk penyelesaian tugas akhir yaitu skripsi, terimakasih atas semangat dan fanatisem yang di berikan kepada saya tanpanya saya adalah sebatang kayu yang layu.
5. Tak terkecuali untuk Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang selalu memberika yang terbaik untuk mahasiswanya. Terutama ibu Ira Puspitadewi Samsuryaningrum, SE.,MM. selaku dosen penguji dan bapak Drs. Akhmad Suharto, M.P dan Bapak Rusdiyanto, S.Pd.I, M.Pd.I. selaku dosen pembimbing. Terima kasih telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun dan mengarahkan saya serta memberikan bimbingan dan pelajaran agar saya menjadi lebih baik dalam proses penulisan tugas akhir saya.

MOTTO

“Sesungguhnya bencana kepadamu bukan untuk menghancurkanmu melainkan sesungguhnya akan mengujimu, mengesahkan kesempurnaan imanmu dan menguatkan dasar kepercayaanmu dan memberikan kabar baik ke dalam batinmu.”

~Syekh Abdul Qadir al-Jailani~

Hiduplah Sesuai Dengan Porsinya

Khourunas Anfauhum Linnas Sebaik2nya Manusia Ialah Manusia Yang Bermanfaat Di Sekitarnya

- Rohiqil -



KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis memiliki kemampuan untuk menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul, “Pengaruh *Influencer Marketing*, Kualitas Konten Dan Review Online E-Commerce Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Brand 3second Kabupaten Jember” dengan lancar.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu wujud nyata untuk memenuhi impian yang menjadi kewajiban yang harus dipenuhi untuk mencapai gelar Sarjana pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Allah SWT berkat rahmat dan kasih sayang-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Hanafi, M. Pd., Rektor Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Maheni Ika Sari S. E., M. M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Kepala Program Studi Manajemen Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM dan Sekretaris Program Studi Manajemen Septy Holisa Umamy, SM., MM. yang telah membantu penyelesaian proses administrasi akademik.
5. Bapak Drs. Akhmad Suharto, M.P, selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan kesempatan telah menerima dengan tangan terbuka membimbing dan membantu penulis, serta selalu memberikan dukungan, waktu dan solusi terbaik ketika menemui kesulitan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
6. Bapak Rusdiyanto, S.Pd.I, M.Pd.I. selaku dosen pembimbing pendamping kedua yang telah memberikan bimbingan dan motivasinya pada skripsi ini. Terima kasih banyak karena telah menerima dengan tangan terbuka membimbing dan membantu penulis, serta selalu memberikan dukungan, waktu dan solusi terbaik ketika menemui kesulitan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
7. Ibu Ira Puspitadewi Samsuryaningrum, SE.,MM. selaku dosen penguji yang telah memberikan tanggapan, saran, arahan serta motivasinya pada skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen yang telah membekali ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama penulis menuntut ilmu.
9. Keluarga dan sahabat-sahabat saya yang telah memberikan doa dan dukungannya tanpa henti.
10. Teman-teman seperjuangan angkatan 2020 khususnya Manajemen, terimakasih atas dukungan kalian selama ini.
11. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Saya sebagai penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam Skripsi yang penulis buat ini, semoga pembaca dapat memberikan kritikan dan saran sebagai bahan evaluasi bagi penulis. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak manapun terutama bagi para pembaca dan pihak yang berkepentingan.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jember, 14 Februari 2025
Yang menyatakan

ROHIQIL MAKHTUM
NIM. 20.1041.1083



DAFTAR ISI

COVER.....	i
PERNYATAAN	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Pemasaran	7
2.2 Manajemen Pemasaran.....	7
2.3 Bauran Pemasaran	8
2.4 Pemasaran Holistik	10
2.5 Kualitas Produk.....	13
2.6 Keputusan Pembelian	14
2.6.1 Indikator Keputusan Pembelian	16
2.7 Penelitian Terdahulu.....	17
2.8 Kerangka Konseptual	19
2.9 Hipotesis	20
2.9.1 Pengaruh Internal marketing Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.9.2 Integreted marketing Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.9.3 Reliationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.9.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.9.5 Pengaruh Secara Simultan <i>Internal Marketing, Integreted Marketing, Relationship Marketing</i> Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	23
3.2 Identifikasi Variabel.....	23
3.3 Definisi Operasional Variabel	23
3.2.1 <i>Internal marketing</i> (X1)	23
3.2.2 <i>Integreted marketing</i> (X2).....	24
3.2.3 <i>Relationship marketing</i> (X3)	24
3.2.4 Kualitas Produk (X4).....	25
3.2.5 Keputusan Pembelian (Y).....	25
3.4 Desain Penelitian	25
3.5 Jenis Data	26
3.4.1 Data Primer.....	26
3.4.2 Data Sekunder	26
3.6 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	26
3.5.1 Populasi	26

3.5.2	Sampel	27
3.5.3	Teknik Pengambilan Sampel	27
3.5.4	Teknik Pengumpulan Data	27
3.7	Teknik Analisis Data	29
3.7.1	Uji Instrumen Data	29
1.	Uji Validitas.....	29
2.	Uji Reliabilitas	29
3.7.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	29
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	30
1.	Uji Normalitas	30
2.	Uji Multikolinearitas	31
3.	Uji Heteroskedastisitas	31
3.7.4	Uji Hipotesis	31
1.	Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Parsial t)	31
2.	Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	31
3.7.5	Koefisien Determinasi R^2	32
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1	Sejarah Adeeva Group	33
4.2	Visi dan Misi CV Adeeva Group.....	34
4.3	Struktur Organisasi CV. Adeeva Group	34
4.4	Produk CV. Adeeva Group	35
4.5	Statistik Deskriptif Responden.....	38
4.5.1	Responden Berdasarkan Usia	38
4.5.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
4.5.3	Responden Berdasarkan Pernah Melakukan Pembelian	39
4.6	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	39
4.6.1	Distribusi Jawaban Variabel <i>Internal marketing</i>	40
4.6.2	Distribusi Jawaban Variabel <i>Integreted marketing</i>	41
4.6.3	Distribusi Jawaban Variabel <i>Relationship marketing</i>	41
4.6.4	Distribusi Jawaban Variabel Kualitas Produk	42
4.6.5	Distribusi Jawaban Keputusan Pembelian.....	43
4.7	Hasil Uji Instrumen Data.....	44
4.7.1	Hasil Uji Validitas	44
4.7.2	Hasil Uji Reliabilitas	45
4.8	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	46
4.9	Hasil Uji Asumsi Klasik	47
4.10	Hasil Uji Hipotesis	49
4.11	Hasil Uji Simultan (Uji F)	50
4.12	Hasil Keofisien Determinasi (Uji R^2)	51
4.13	Pembahasan	52
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	56
5.1	Kesimpulan	56
5.2	Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA		58
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		60

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1 Skala Likert	28
Tabel 4.1 Struktur Organisasi CV. Adeeva Group	35
Tabel 4.2 Usia Responden	39
Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden	40
Tabel 4.4 Pernah Melakukan Pembelian Produk di Adeeva Group	40
Tabel 4.5 Hasil Responden Variabel <i>Internal marketing</i>	40
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Integreted marketing</i>	41
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Respoden Variabel <i>Relationship marketing</i>	42
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Respoden Variabel Kualitas Produk	43
Tabel 4.9 Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	44
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	47
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Multikolenieritas</i>	48
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
Tabel 4.15 Hasil Uji t (Parsial).....	50
Tabel 4.16 Hasil Uji F (Uji Simultan)	51
Tabel 4.17 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	52

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Persentase Penjualan di Makaroni setan di Adeeva Group jember	4
Gambar 2.1 Konsep Pemasaran Holistik.....	11
Gambar 2.2 Kerangka Konsep	20
Gambar 4.1 Logo Adeeva Group	34
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas P-P Plot.....	47
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	48



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Lampiran Kuesioner	60
2. Lampiran Tabulasi Kuesioner	64
3. Lampiran Deskripsi Statistik Responden	67
4. Lampiran Deskripsi Statistik Variabel	67
5. Lampiran Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	73
6. Lampiran Regresi Linear Berganda.....	75
7. Lampiran Hasil Uji Asumsi Klasik	76
8. Lampiran Hasil Uji Hipotesis	78
9. Lampiran Hasil Uji Koefisien Determinasi R ²	78
10. Lampiran R Tabel dan T Tabel.....	79
11. Lampiran F Tabel	82
12. Lampiran Dokumentasi	83

