



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KERUPUK MEREK  
"RISKI" DI BALUNG - JEMBER**

**SKRIPSI**

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

oleh :

Moh. Abdul Ahwan Subari  
12.1041.2010

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
Mei, 2018**



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KERUPUK MEREK "RISKI" DI BALUNG - JEMBER**

SKRIPSI

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

oleh :

Moh. Abdul Ahwan Subari  
12.1041.2010

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
Mei, 2018

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Moh. Abdul Ahwan Subari

NIM : 1210412010

Prodi : Ekonomi Manajemen

Menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KERUPUK MEREK "RISKI" DI BALUNG – JEMBER adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan istansi 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 manapuyn serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hokum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak – pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 26 Mei 2018

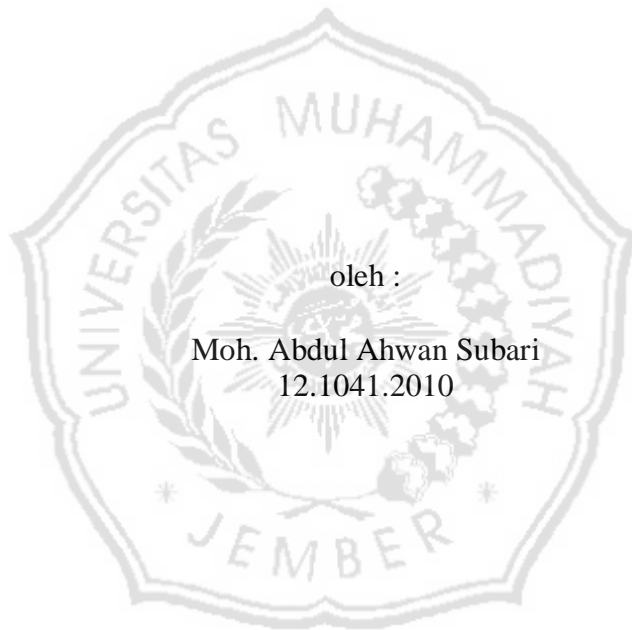
Yang menyatakan,

Moh. Abdul Ahwan Subari

NIM. 1210412010

SKRIPSI

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KERUPUK MEREK  
"RISKI" DI BALUNG - JEMBER**



oleh :

Moh. Abdul Ahwan Subari  
12.1041.2010

Pembimbing

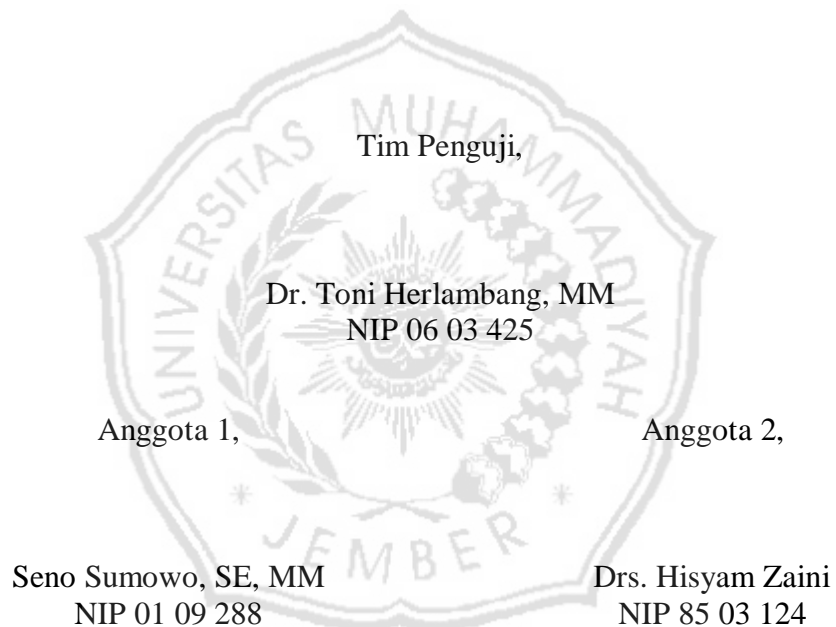
Dosen Pembimbing Utama : Seno Sumowo SE, MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Drs. Hisyam Zaini

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul : *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Merek "Riski" Di Balung – Jember*, Telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari :  
Tanggal :  
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.



Mengesahkan :

Dekan,

Ketua Program Studi,

Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si  
NIP 01 09 289

Drs. Anwar, M. Sc  
NIP 85 03 125

## MOTTO

*“ Hai orang – orag yang beriman, mintalah pertolongan kepada Allah dengan sabar dan shalat, sesungguhnya Allah beserta orang – orang yang sabar.”*

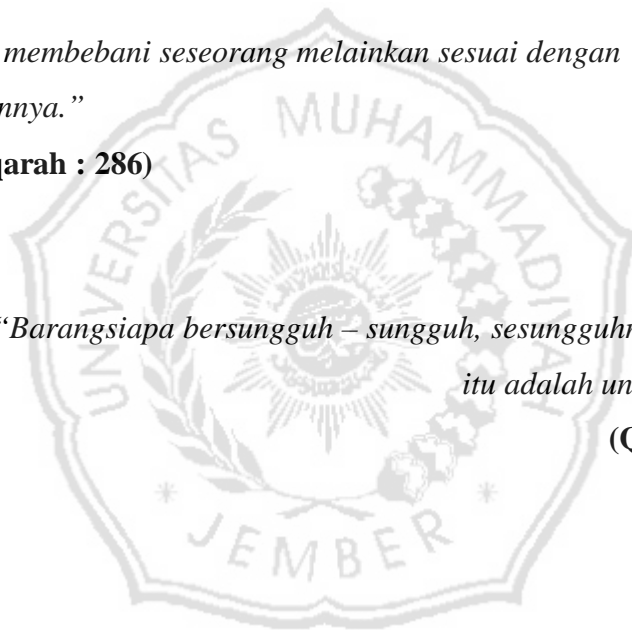
**(QS. Al-Baqarah : 153)**

*“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”*

**(QS. Al-Baqarah : 286)**

*“Barangsiapa bersungguh – sungguh, sesungguhnya kesungguhannya itu adalah untuk dirinya sendiri.”*

**(QS. Al-Ankabut : 6)**



## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Ibu dan Bapak tercinta

Terimakasih yang tak terhingga karena telah memberikan dukungan, motivasi dan kasih sayang serta atas pengorbanannya selama ini

2. Istri tercinta

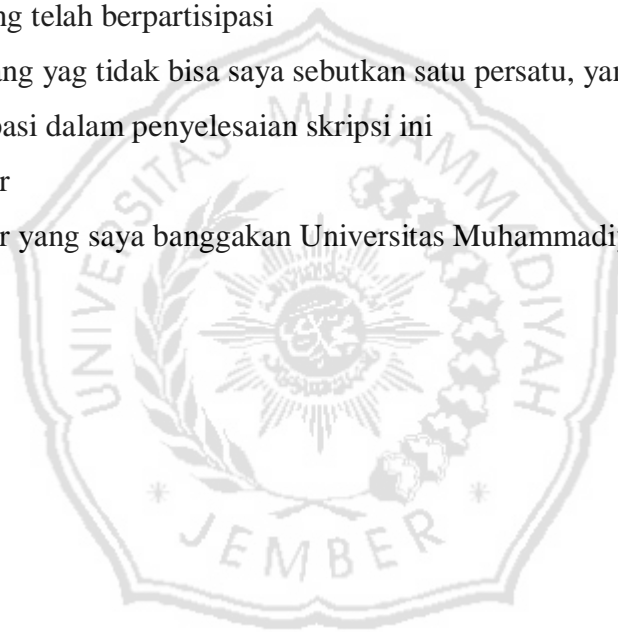
Terimakasih istriku tercinta Hilliyatul Jannah telah memberikan dukungan yang lebih meski dalam keadaan suka dan duka.

3. Semua yang telah berpartisipasi

Semua orang yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi ini

4. Almamater

Almamater yang saya banggakan Universitas Muhammadiyah Jember.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kita berbagai macam nikmat, sehingga aktifitas hidup yang kita jalani ini akan selalu membawa keberkahan, baik kehidupan di alam dunia ini, lebih-lebih lagi pada kehidupan akhirat kelak, sehingga semua cita-cita serta harapan yang ingin kita capai menjadi lebih mudah dan penuh manfaat.

Terima kasih sebelum dan sesudahnya kami ucapkan kepada Dosen serta teman-teman sekalian yang telah membantu, baik bantuan berupa moriil maupun materil, sehingga penyusunan skripsi ini dapat kami selesaikan dengan judul :  
“PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KERUPUK MEREK "RISKI" DI BALUNG – JEMBER”

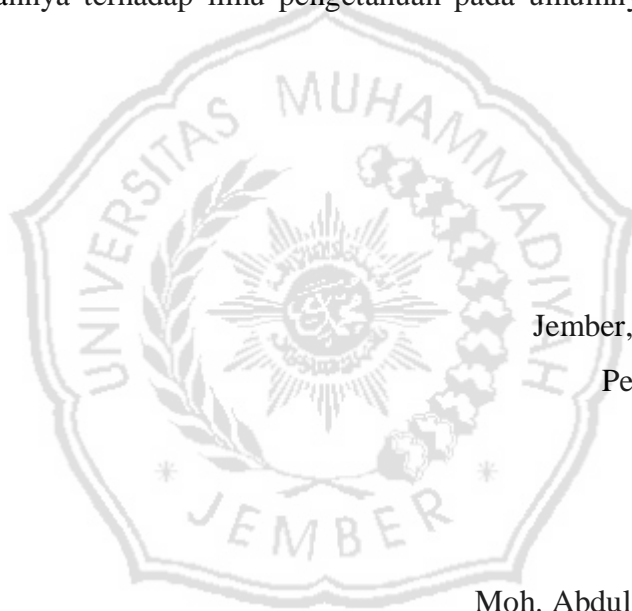
Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Manajemen.
2. Drs. Anwar, M. Sc selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi Manajemen.
3. Dr. Toni Herlambang, MM selaku Tim Penguji Fakultas Ekonomi Manajemen.
4. Seno Sumowo, SE, MM selaku dosen pembimbing I Fakultas Ekonomi Manajemen.
5. Drs. Hisyam Zaini selaku dosen pembimbing II Fakultas Ekonomi Manajemen.
6. Bapak Ibu dosen, beserta seluruh karyawan Universitas Muhammadiyah Jember.
7. Pemilik dan seluruh pegawai perusahaan kerupuk Merek Riski di Balung Jember yang telah memberikan kesempatan untuk penulis selama proses penyusunan skripsi ini.



8. Kedua orang tua tercinta beserta seluruh anggota keluargaku.
9. Teman teman Ekonomi Manajemen.
10. Almamater tercinta.

Didalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih jauh dari kesempurnaan serta banyak kekurangan-kekurangannya, baik dari segi tata bahasa maupun dalam hal pengkonsolidasian kepada dosen serta teman-teman sekalian, yang kadangkala hanya menturuti egoisme pribadi, Namun mudah – mudahan skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada para pembaca dan perkembangannya terhadap ilmu pengetahuan pada umumnya dan penulis pada umumnya.



Jember, Mei 2018

Penulis

Moh. Abdul Ahwan Subari

## DAFTAR ISI

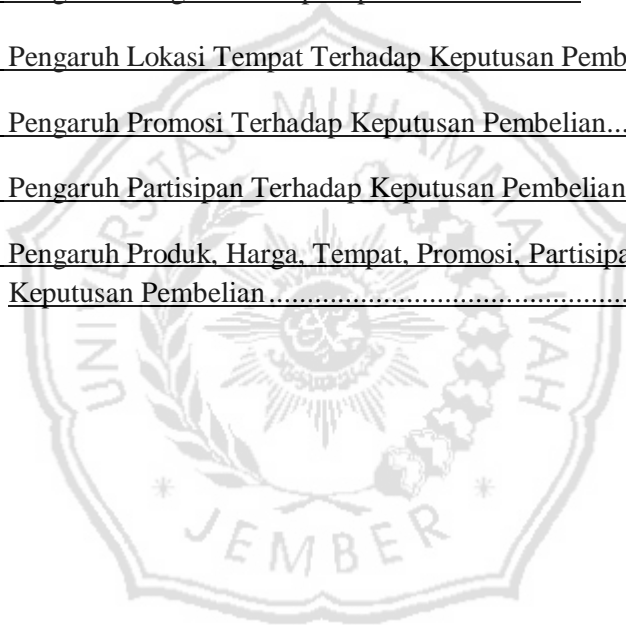
JUDUL.....	i
PERSETUJUAN .....	ii
PENGESAHAN .....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
<b><u>BAB 1 PENDAHULUAN</u></b> .....	<b>1</b>
<u>1. Latar Belakang</u> .....	<u>1</u>
<u>2. Perumusan Masalah</u> .....	<u>5</u>
<u>3. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian</u> .....	<u>6</u>
<u>3.1 Tujuan Penelitian</u> .....	<u>6</u>
<u>3.1.1 Bagi Universitas</u> .....	<u>6</u>
<u>3.1.2 Bagi Peneliti</u> .....	<u>6</u>
<u>3.2 Manfaat Praktis</u> .....	<u>6</u>
<u>3.2.1 Bagi Perusahaan</u> .....	<u>6</u>
<u>3.2.2 Bagi Lingkungan / Sosial</u> .....	<u>7</u>
<b><u>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</u></b> .....	<b>8</b>
<u>2.1 Landasan Teori</u> .....	<u>8</u>
<u>2.1.1 Manajemen Pemasaran</u> .....	<u>8</u>
<u>2.1.1.1 Pengertian Pemasaran</u> .....	<u>8</u>

2.1.1.2	<u>Konsep Pemasaran</u> .....	8
2.1.1.3	<u>Pengertian Strategi Pemasaran</u> .....	11
2.1.1.4	<u>Bauran Pemasaran (Marketing Mix)</u> .....	12
2.1.2	<u>Unsur – unsur Marketing Mix</u> .....	13
2.1.3	<u>Perilaku Konsumen</u> .....	16
2.1.4	<u>Keputusan Pembelian</u> .....	18
2.2	<u>Tinjauan Empirik</u> .....	22
2.2.1	<u>Kerangka Konseptual</u> .....	24
2.3	<u>Pengembangan Hipotesis</u> .....	24
2.3.1	<u>Pengaruh Produk (Product) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen</u> ...	25
2.3.2	<u>Pengaruh Harga (Price) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen</u> .....	25
2.3.3	<u>Pengaruh Lokasi (Place) terhadap Keputusan Pembelian</u> .....	26
2.3.4	<u>Pengaruh Promosi (Promotion) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen</u> .....	26
2.3.5	<u>Pengaruh Orang (Participant) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen</u> .....	27
2.3.6	<u>Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Konsumen</u> .....	27
<b><u>BAB 3 METODE PENELITIAN</u></b> .....		28
3.1	<u>Identifikasi Variabel</u> .....	28
3.2	<u>Definisi Operasional Variabel</u> .....	29
3.3	<u>Desain Penelitian</u> .....	30
3.4	<u>Jenis dan Sumber Data</u> .....	30
3.5	<u>Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel</u> .....	31
3.5.2	<u>Populasi</u> .....	31
3.5.3	<u>Sampel</u> .....	31
3.6	<u>Pengukuran Instrumen Penelitian</u> .....	31
3.7	<u>Teknik Pengumpulan Data</u> .....	32

3.7.1	<u>Studi Kepustakaan (<i>Library Research</i>)</u> .....	32
3.7.2	<u>Studi Lapangan (<i>Field Research</i>)</u> .....	32
3.8	<u>Teknik Analisis Data</u> .....	34
3.8.1	<u>Analisis Deskriptif Kuantitatif</u> .....	34
3.8.2	<u>Analisis Kuantitatif</u> .....	34
3.8.3	<u>Uji Validitas</u> .....	35
3.8.4	<u>Uji Reliabilitas</u> .....	35
3.8.5	<u>Uji Asumsi Klasik</u> .....	36
3.8.6	<u>Uji Multikolonieritas</u> .....	36
3.8.7	<u>Uji Heteroskedastisitas</u> .....	37
3.8.8	<u>Uji Normalitas</u> .....	37
3.8.9	<u>Uji F dan Uji t</u> .....	38
3.8.10	<u>Uji Asumsi Klasik</u> .....	39
3.8.10.1	<u>Uji Multikolinieritas</u> .....	39
3.8.10.2	<u>Uji Heterokedastisitas</u> .....	40
3.8.10.3	<u>Uji Normalitas</u> .....	40
3.11	<u>Lokasi dan Jadwal Penelitian</u> .....	40
<b><u>BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</u></b> .....		41
4.1	<u>Deskripsi Tempat Penelitian</u> .....	41
4.2.1	<u>Struktur Organisasi perusahaan kerupuk merek “RISKI”</u> .....	44
4.2.2	<u>Personalia perusahaan kerupuk merek “RISKI”</u> .....	44
4.3	<u>Aspek Produksi dan Proses Produksi</u> .....	45
4.3.1	<u>Peralatan Produksi</u> .....	45
4.3.2	<u>Bahan Baku</u> .....	46
4.3.3	<u>Proses Produksi</u> .....	46

4.4	<u>Aspek pemasaran</u> .....	47
4.4.1	<u>Daerah Pemasaran</u> .....	47
4.4.2	<u>Saluran Distribusi</u> .....	47
4.5	<u>Jenis Data Untuk Kebutuhan Analisis</u> .....	48
4.5.1	<u>Karakteristik Responden</u> .....	48
4.5.2	<u>Usia Responden</u> .....	48
4.5.3	<u>Pekerjaan Responden</u> .....	48
4.5.4	<u>Pendidikan Terakhir Responden</u> .....	49
4.5.5	<u>Pendapatan/Penerimaan Per Bulan Responden</u> .....	50
4.5.6	<u>Nominal Transaksi Belanja</u> .....	51
4.6	<u>Hasil dan pembahasan</u> .....	51
4.6.1	<u>Hasil Uji Instrumen</u> .....	51
4.6.1.1	<u>Hasil Uji Validitas</u> .....	51
4.6.1.2	<u>Hasil Uji Reliabilitas</u> .....	52
4.6.2	<u>Analisis Deskriptif Variabel Penelitian</u> .....	53
4.6.2.1	<u>Deskripsi Variabel Produk/Product (X1)</u> .....	54
4.6.2.2	<u>Deskripsi Variabel Harga/Price (X2)</u> .....	55
4.6.2.3	<u>Deskripsi Variabel Tempat/ Place(X3)</u> .....	56
4.6.2.4	<u>Deskripsi Variabel Promosi/Promotion (X4)</u> .....	57
4.6.2.5	<u>Deskripsi Variabel Partisipan (X5)</u> .....	58
4.6.2.6	<u>Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)</u> .....	59
4.6.3	<u>Analisis Regresi Berganda</u> .....	60
4.6.4	<u>Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)</u> .....	62
4.6.5	<u>Hasil Uji Hipotesis</u> .....	63
4.6.5.1	<u>Hasil Uji t (Parsial)</u> .....	63

<u>4.6.5.2 Hasil Uji F (Simultan)</u> .....	65
<u>4.6.6 Hasil Uji Asumsi Klasik</u> .....	66
<u>4.6.6.1 Hasil Uji Multikolinearitas</u> .....	66
<u>4.6.6.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas</u> .....	67
<u>4.6.6.3 Hasil Uji Normalitas</u> .....	68
<u>4.6.7 Pembahasan</u> .....	69
<u>4.6.7.1 Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian</u> .....	69
<u>4.6.7.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian</u> .....	70
<u>4.6.7.3 Pengaruh Lokasi Tempat Terhadap Keputusan Pembelian</u> .....	71
<u>4.6.7.4 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian</u> .....	71
<u>4.6.7.5 Pengaruh Partisipan Terhadap Keputusan Pembelian</u> .....	71
<u>4.6.7.6 Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Promosi, Partisipan Terhadap Keputusan Pembelian</u> .....	72



<u>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN</u> .....	73
<u>5.1. Kesimpulan</u> .....	73
<u>5.2. Saran</u> .....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	75



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Proses Keputusan Pembelian .....	18
Gambar 1.2 Kerangka Konseptual.....	23
Gambar 4.1 Struktur Organisasi perusahaan kerupuk merek “RISKI” .....	42
Gambar 4.2 Grafik Scatterplot .....	67
Gambar 4.3 Grafik P-P Plot .....	68





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran1 : PengantarKuesioner

Lampiran2 : KuesionerPenelitian

Lampiran3 : Output SPSS

Lampiran4 : Dokumentasi

Lampiran5 : RekapitulasiKuesioner

Lampiran6 : SuratPernyataanPenelitian



## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Metodologi Penelitian*. Penerbit PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Angipora Marius P. 2002, *Dasar - Dasar Pemasaran*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Assauri, Sofyan. 2002. *Manajemen Pemasaran (dalam konsep dan strategi)*, Jakarta: Rajawali Grafindo.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima)*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Hendri Sukotjo dan Sumanto Radix A. (2010). *Analisa Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya*.
- Kotler, Philip, dan Keller, K., L. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- McDonald, Malcolm. 2002. *Marketing Plans: How to Prepare Them. How to Use Them. 5 edition. Burlington: Elsevier Butterwirth-Heinemann*.
- Monroe, Kent. B. (2003). *Pricing "Making Profitable Decisions"*. Third Edition. McGraw Hill, Singapura.
- Peter, J Paul, dan Olsonm Jerry C. 2000. *Consumen Behaviour, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, diterjemahkan oleh : Damos Sihombing, Jilid I*. Edisi keempat Penerbit Erlangga, Jakarta.

Soepadiyo, dan S. Haryono. 2003. *Manajemen Agrobisnis Kelapa Sawit*. Gajah Mada University Press, Yogyakarta.

Sugiyono. (2010), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.

Sekaran, Uma, 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat.

Santoso, Singgih. (2003). *Mengatasi Berbagai Masalah Statistik dengan SPSS* versi 11.5. Jakarta. PT. Elex Media Komputindo.

Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Tedjakusuma, Ritawati, Sri Hartini, Muryani. Jurnal Penelitian Dinamika Sosial Vol. 2 No. 3 Desember 2001: 48-58 *Analisis Faktor-Factor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Air Minum Mineral di Kotamadya Surabaya*, Jurnal Penelitian Dinamika Sosial Vol. 2 No. 3 Desember 2001.

