



**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA WARUNG BAKSO KABUT BU
JUHAIRIYAH JEMBER**

SKRIPSI

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

Oleh :

**Asidiq Rahmat Bahtiar
Nim. 14.10.411.210**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2018**

PENGESAHAN

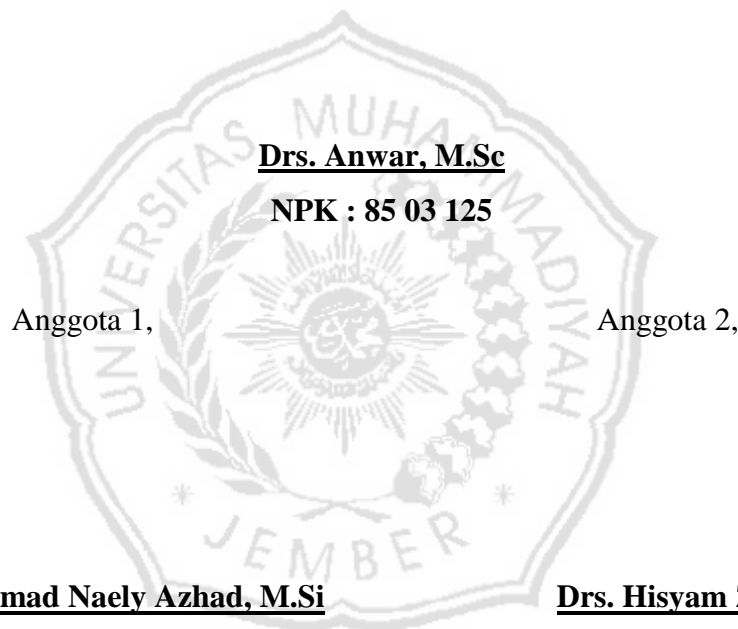
Skripsi berjudul : Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Bakso Kabut Bu Juhairiyah Jember telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari :

Tanggal :

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji



Drs. Muhamad Naely Azhad, M.Si

NPK : 196612311993031006

Drs. Hisyam Zaini

NPK : 85 03 124

Mengesahkan :

Dekan,

Ketua Program Studi,

Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si

NPK :01 09 289

Drs. Anwar, M.Sc

NPK : 85 03 125

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah meridhoi dan mengaruniakan nikmat yang begitu banyak kepada kita semua sehingga terselesaikannya penyusunan skripsi ini yang berjudul : “Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan pembelian pada Warung Bakso Kabut Bu Juhairiyah Jember”. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi kita Muhammad SAW, keluarga, sahabat, serta para tabi’in semuanya.

Dengan segenap upaya dan bantuan berbagai pihak maka terselesaikanlah skripsi ini. Oleh karena itu saya mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Arik Susbiyani, M.Si, selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Bapak Drs. Anwar, M.Sc, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak Drs Anwar, M.Sc. Selaku dosen penguji yang bersedia memberikan saran bantuan dan pengarahan sehingga tersusunnya skripsi ini.
4. Bapak Drs. Muhamad Naely Azhad, M.Si. Selaku dosen pembimbing 1 dan Bapak Drs. Hisyam Zaini. Selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingannya dengan teliti dan sabar dengan memberikan segenap waktu, pemikiran dan nasehatnya yang bermanfaat.
5. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama masa kuliah.
6. Almamater yang saya banggakan Universitas Muhammadiyah Jember.

Peneliti menyadari dalam penyelesaian skripsi ini tentunya ada beberapa ketidaksempurnaan di dalamnya, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki ataupun hal-hal lainnya. Oleh karena itu berbagai saran atau kritik untuk menyempurnakan skripsi ini sangat diperlukan untuk proses kedepannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti, pembaca dan almamater lainnya.

Jember, 1 Oktober 2018

Asidiq Rahmat Bahtiar

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pemasaran.....	10

2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.3 Konsep Pemasaran	11
2.1.4 Perilaku Konsumen	12
2.1.4.1 Model Perilaku Konsumen	13
2.1.4.2 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	13
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	17
2.1.5.1 Proses Keputusan Pembelian.....	18
2.1.6 <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	21
2.1.7 <i>Product</i> (Produk).....	22
2.1.7.1 Tingkatan Produk.....	23
2.1.7.2 Klasifikasi Produk	23
2.1.7.3 Atribut Produk	25
2.1.7.4 Unsur-unsur Atribut Produk	26
2.1.8 <i>Price</i> (Harga).....	28
2.1.8.1 Penetapan Harga	30
2.1.8.2 Indikator-indikator Harga	31
2.1.9 <i>Place</i> (Tempat/Saluran Pemasaran)	31
2.1.10 <i>Promotion</i> (Promosi).....	32
2.1.11 <i>People</i> (Orang)	34
2.1.12 <i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik).....	34
2.1.13 <i>Process</i> (Proses)	35
2.2 Penelitian Terdahulu	35
2.3 Kerangka Konseptual	37
2.4 Hipotesis.....	38
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Identifikasi Variabel	42
3.2 Definisi Operasional Variabel	43
3.3 Desain Penelitian	45
3.4 Jenis Data	46
3.5 Populasi dan Sampel	46

3.5.1 Populasi	46
3.5.2 Sampel.....	46
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	47
3.6 Teknik Pengumpulan Data	48
3.7 Teknik Pengukuran Data	48
3.8 Teknik Analisis Data	49
3.8.1 Uji Instrumen Data	49
3.8.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	51
3.8.4 Uji Hipotesis.....	52
3.8.5 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	54
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.1.1 Sejarah Singkat Usaha.....	55
4.1.2 Visi dan Misi Warung Bakso Kabut Bu Juhairiyah Jember.....	56
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	56
4.1.4 Aspek Personalia	58
4.1.5 Jenis-Jenis Produk yang Dijual	59
4.2 Hasil Analisis Data Responden Dan Variabel Penelitian.....	60
4.2.1 Diskripsi Statistik Responden	60
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian	62
4.3 Analisis Data	67
4.3.1 Pengujian Instrumen Data	67
4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda	69
4.3.3 Pengujian Asumsi Klasik	72
4.3.4 Pengujian Hipotesis.....	74
4.4 Pembahasan	78

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	82
1.1 Kesimpulan.....	82
1.2 Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	84



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Kuesioner Penelitian

LAMPIRAN 2 : Rekapitulasi Kuesioner

LAMPIRAN 3 : Frekuensi Pernyataan Responden

LAMPIRAN 4 : Uji Validitas

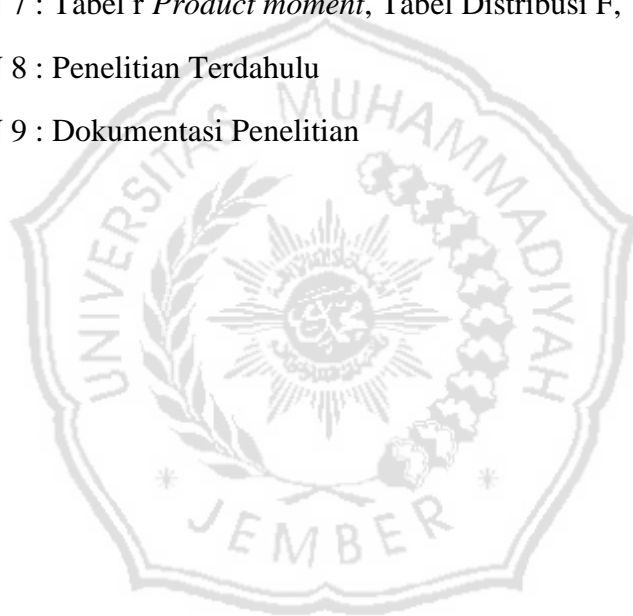
LAMPIRAN 5 : Uji Reliabilitas

LAMPIRAN 6 : Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis

LAMPIRAN 7 : Tabel r *Product moment*, Tabel Distribusi F, Tabel Distribusi t

LAMPIRAN 8 : Penelitian Terdahulu

LAMPIRAN 9 : Dokumentasi Penelitian



DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Atmojo, Marsum Widjojo. 2005. *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Edisi IV. Yogyakarta: Andi.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Daryanto. 2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariadi, Doni. 2012. *Analisis Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Produk Projector Microvision*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol. 1, No. 8.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 12. New Jersey: PT Indeks.
- _____. 2012. *Marketing*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Keempat Belas. Jakarta: Indeks.
- Lovelock, Christoper dan Lauren Wright. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Group.
- Moleong, Lexy 2006. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pertiwi, Wahyu Citra. 2013. *Analisis Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda (Studi Kasus pada Dealer*

Honda MPM Motor Puger Jember). Skripsi. Program S1 F.E. Universitas Muhammadiyah Jember.

Rangkuti, Freddy. 2010. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Schiffman, Leon G dan Leslie Lazar Kanuk. 2010. *Consumer Behavior Tenth Edition*. Pearson Education.

Setiawan, Wilson. 2014. *Analisis Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Tipe G di Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 2, No. 1.

Situmorang. 2008. *Analisis Data Penelitian*. Cetakan Kedua. Medan: USU Press.

Sukotjo, Hendri. 2010. *Analisa Marketing Mix-7P (Product, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya*. Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis. Vol. 1, 216-228.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Suryadi, Didih. 2011. *Promosi Efektif Menggugah Minat & Loyalitas Pelanggan*. Jakarta: PT. Suka Buku.

Swasta, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua. Cetakan Ke-tiga belas. Yogyakarta: Liberty Offset.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset.

———. 2010. *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi Offset.

———. 2011. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.