



**PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN DI INDOMARET KECAMATAN
SUMBERSUKO LUMAJANG**

SKRIPSI

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

Oleh:

**Mochamad Nur Afandi
NIM. 1410412013**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2018**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mochamad Nur Afandi
NIM : 1410412013
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Indomaret Kecamatan Sumbersuko Lumajang ; adalah 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, Juli 2018

Yang menyatakan,

Mateai
6000

Mochamad Nur Afandi
NIM. 14.10.41.2013



**PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN DI INDOMARET KECAMATAN
SUMBERSUKO LUMAJANG**

Oleh:

**Mochamad Nur Afandi
NIM. 1410412013**

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Nurul Qomariah, MM.

Dosen Pembimbing Pendamping : Yohanes G. W., SE, MM.

PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Indomaret Kecamatan Sumbersuko Lumajang, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : :

Tanggal : :

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Pengaji,

Trias Setyowati. SE. SH. MM.

NPK. 05 09 477

Anggota 1,

Anggota 2,

Dr. Nurul Qomariah. MM.

NPK. 06 03 426

Yohanes G. W., SE. MM.

NPK. 15 09 653

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Program Studi,

Dr. Arik Susbiyani. M.SI.

NPK. 01 09 289

Drs. Anwar. Msc

NPK. 85 03 125

MOTTO

“Barang siapa yang bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut untuk kebaikan dirinya sendiri”

(Qs. Al-Ankabut: 6)

“Bertaqwalah kepada Allah, maka dia akan membimbingmu. Sesungguhnya Allah mengetahui segala sesuatu”

(QS. Al-Baqarah: 282)

“Sabar bukan tentang berapa lama kau bisa menunggu, melainkan tentang bagaimana perilakumu saat menunggu”

(Anonim)

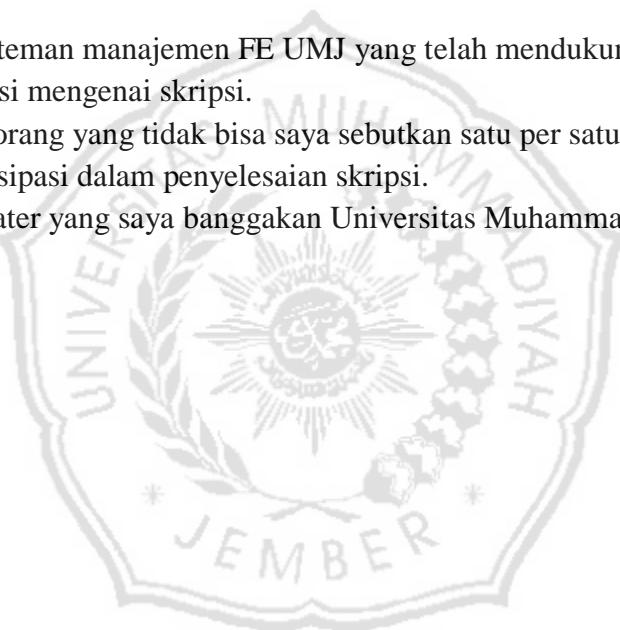
“Bila kau tak tahan lemahnya belajar, maka kau harus tahan menanggung lelahnya kebodohan”

(tap.afandi)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, yang telah mendoakan dan memberi kasih sayang serta atas pengorbanannya selama ini.
2. Kedua dosen pembimbing saya, Ibu Dr. Nurul Qomariah, MM. Sebagai Dosen Pembimbing I dan Bapak Yohanes G. W., SE, MM. Sebagai Dosen Pembimbing II yang sudah membimbing saya dengan teliti dan sabar, terima kasih.
3. Teman-teman manajemen FE UMJ yang telah mendukung dan berbagi informasi mengenai skripsi.
4. Semua orang yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, yang telah berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi.
5. Almamater yang saya banggakan Universitas Muhammadiyah Jember.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahiwabarakatuh.

Alhamdulillahirabbilalamin, Puji syukur saya persembahkan kepada Allah SWT, karena berkat izin dan ridhonya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Konsumen Di Indomaret Kecamatan Sumbersuko Lumajang”.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Dr. Arik Susbiyani. Msi selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- b. Drs. Anwar. Msc selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis dan memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
- c. Ibu Dr. Nurul Qomariyah, MM. sebagai dosen pembimbing I dan Bapak Yohanes G. W., SE, MM. sebagai dosen pembimbing II yang perhatian dan sabar memberikan segenap waktu dan pemikiran, bimbingan, juga nasehat yang sangat bermanfaat sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
- d. Trias Setyowati., S.E, S.H., M.M, selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.

- e. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
- f. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiaannya yang tak terbatas. Terima kasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
- g. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.
- h. Semua pihak yang tidak bisa disebut kan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember, Juli 2018

Penyusun

Mochamad Nur Afandi
NIM. 1410412013

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	
 BAB 1 PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
 BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	 9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Kajian Teori.....	11
2.2.1Keragaman Produk.....	11
2.2.2 Bauran Pemasaran	17
2.2.3 Bauran Pemasaran eceran.....	19
2.2.4 Produk.....	19
2.2.5 Strategi Produk.....	21
2.2.6 Strategi Harga.....	24
2.2.7 Harga.....	25
2.2.8 Strategi Distribusi.....	27
2.2.9 Pelayanan ritel.....	29
2.2.10 Strategi Promosi	30
2.2.11 Persepsi Konsumen.....	30
2.2.12 Keputusan Pembelian	31

2.3 Kerangka Konseptual	35
2.4 Hipotesis Penelitian	36
BAB 3 METODE PENELITIAN	37
3.1 Metodologi Penelitian	37
3.2 Identifikasi Variabel	38
3.3 Definisi Operasional Variabel	39
3.4 Desain Penelitian	41
3.5 Jenis dan Sumber Data	41
3.6 Populasi dan Sampel	42
3.6.1 Populasi.....	42
3.6.2 Sampel.....	42
3.6.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	43
3.7 Teknik Pengumpulan Data	43
3.8 Teknik Analisis Data	44
3.8.1 Uji Instrumen Data	44
3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda	45
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	45
3.8.4 Uji Hipotesis	48
3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2)	49
BAB 4 HASIL DAN PENBAHASAN	50
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	50
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	50
4.1.2 Struktur Organisasi	51
4.1.3 Jenis Data Kebutuhan Analisis.....	53
4.1.3.1 Diskriptif Statistik Responden	53
4.1.3.2 Deskriptif Variabel Penelitian	54
4.2 Analisis Data	61
4.2.1 Uji Instrumen Data	62
4.2.1.1 Pengujian Validitas Data	62
4.2.1.2 Pengujian Reliabilitas Data	63
4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda	63
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	65
4.2.3.1 Pengujian Normalitas	65
4.2.3.2 Pengujian Multikolinearitas	66
4.2.3.3 Pengujian Heterokedastisitas	67

4.2.4 Uji Hipotesis	68
4.2.4.1 Uji F	68
4.2.4.2 Uji t	69
4.2.4.3 Koefisien Determinasi	70
4.3 Pembahasan	71
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	73
5.3 Rekomendasi	74
DAFTAR PUSTAKA	75

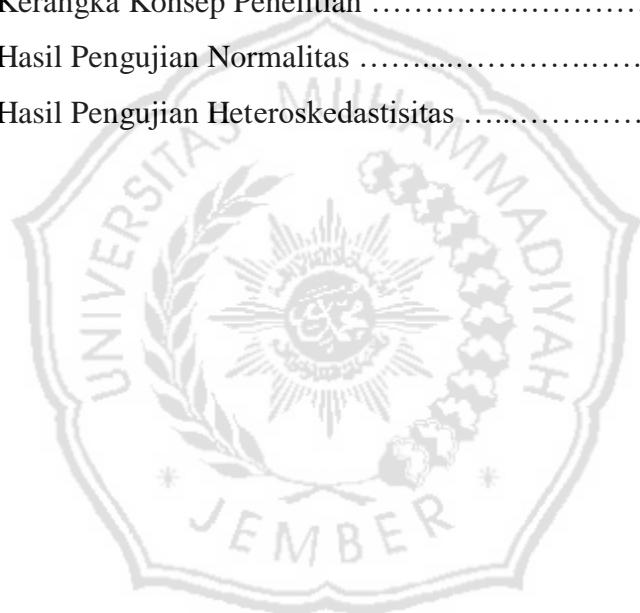


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Daftar Harga Produk.....	5
Tabel 1.2: Pertumbuhan Pangsa Pasar Ritel Indonesia	5
Tabel 1.3: Market Share Minimarket Indonesia.....	6
Tabel 4.1: Responden Menurut Jenis Kelamin Dan Masa Menjadi Pelanggan	48
Tabel 4.2: Responden Menurut Tingkat Pendidikan	49
Tabel 4.3: Responden Menurut Umur.....	49
Tabel 4.4: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Produk	50
Tabel 4.5: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Harga	51
Tabel 4.6: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Tempat	52
Tabel 4.7: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Promosi	54
Tabel 4.8: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	55
Tabel 4.9: Hasil Pengujian Validitas	57
Tabel 4.10: Hasil Pengujian Reliabilitas	58
Tabel 4.11: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	59
Tabel 4.12: Hasil Hasil Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4.13: Hasil Uji F.....	64
Tabel 4.14: Hasil Uji t.....	64
Tabel 4.15: Uji Koefisien Determinan	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Kategori Produk.....	12
Gambar 2.2: Gambar Jenis Produk <i>Hypermarket</i>	12
Gambar 2.3: Gambar <i>Wide & Shallow</i>	13
Gambar 2.4: Gambar <i>Narrow</i>	13
Gambar 2.5: Proses Keputusan Pembelian	24
Gambar 2.6: Kerangka Konsep Penelitian	30
Gambar 4.1: Hasil Pengujian Normalitas	61
Gambar 4.2: Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	63



DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN I: Pengantar Kuesioner
- LAMPIRAN II: Petunjuk Pengisian Kuesioner
- LAMPIRAN III: Kuesioner Penelitian
- LAMPIRAN IV: Rekapitulasi Kuesioner
- LAMPIRAN V: Frekuensi Pernyataan Responden
- LAMPIRAN VI: Hasil Olah Data Dengan SPSS 20
- LAMPIRAN VII: Hasil Uji Hipotesis, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresia Liner Berganda
- LAMPIRAN VIII: Tabel r Product Moment, Tabel Distribusi F, dan Tabel Distribusi t
- LAMPIRAN IX: Dokumentasi