

**PENGARUH *PROMOTION MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
TEGEL ASIA TILE PADA PT. MAKMUR MAJU MANTAP MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen Pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Widya Karya Malang**



**DISUSUN OLEH:
SINGGIH PUTRA WIJAYA
NIM : 201611041**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG
FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
2020**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Singgih Putra Wijaya
NIM : 201611041
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul : PENGARUH *PROMOTION MIX* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TEGEL ASIA TILE PADA PT.
MAKMUR MAJU MANTAP MALANG

Malang, 2 Mei 2020

DITERIMA DAN DISETUJUI:

Pembimbing I



Dra. Anni Yudiastuti, M.P.

NIDN:0701056401

Pembimbing II



Jovita Vicka B.W., S.Pd., M.SM

NIDN:0724018601

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi



Dra. Anni Yudiastuti, M.P.

NIDN:0701056401

Ketua Jurusan Manajemen



Jovita Vicka B.W., S.Pd., M.SM

NIDN:0724018601

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul:

**PENGARUH *PROMOTION MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
TEGEL ASIA TILE PADA PT. MAKMUR MAJU MANTAP MALANG**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama: Singgih Putra Wijaya

NIM: 201611041

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal : 2 Mei 2020 dan telah
memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memenuhi gelar
Sarjana Manajemen Strata Satu (S-1).

Disahkan oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Katolik Widya Karya Malang



Dra. Anni Yudiastuti, M.P.

NIDN:0701056401

Dewan Penguji

1. Dra. Anni Yudiastuti, M.P.
NIDN:0701056401
2. Jovita Vicka B.W, S.Pd., M.SM.
NIDN:0724018601
3. Drs. Cornelius Niwandolo, MM
NIDK:8887223419

TANDA TANGAN

Kepada:

Yth. Universitas Katolik

Widya Karya Malang

Di Malang

Dengan hormat,

Bersama ini diberitahukan kepada pimpinan Universitas Katolik Widya Karya Malang, bahwa kami PT. Makmur Maju Mantap Malang memberikan data-data pendukung untuk menunjang penyelesaian tugas akhir (skripsi) yang berjudul “Pengaruh Promotion Mix Terhadap Keputusan Pembelian Tegel Asia Tile pada PT. Makmur Maju Mantap Malang” kepada salah seorang mahasiswa yang mengikuti pendidikan di Universitas Katolik Widya Karya Malang. Adapun mahasiswa tersebut adalah :

Nama : Singgih Putra Wijaya

urusan : Manajemen

NIM : 201611041

Demikian surat ini kami buat dan kiranya dapat digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Malang, 26 Februari 2020


PT. MAKMUR MAJU MANTAP
(Tri Wahyudi)

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **"Pengaruh *Promotion Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Tegel Asia Tile pada PT. Makmur Maju Mantap Malang"** merupakan karya asli dari :

Nama : SINGGIH PUTRA WIJAYA

Nim : 201611041

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Universitas : Katolik Widya Karya Malang

Dan bukan karya plagiat baik sebagian maupun seluruhnya. Demikian pernyataan ini saya buat sebenar-benarnya dan apabila terdapat kekeliruan saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.



Malang, 2 Mei 2020

(Singgih Putra Wijaya)

DITERIMA DAN DISETUJUI

Pembimbing I

Dra. Anni Yudiastuti, M.P.

NIDN: 0701056401

Dekan Fakultas Ekonomi



Dra. Anni Yudiastuti, M.P.

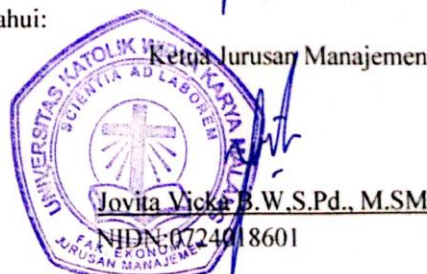
NIDN: 0701056401

Pembimbing II

Jovita Vicka B.W.S.Pd., M.SM.

NIDN: 0724018601

Ketua Jurusan Manajemen



Jovita Vicka B.W.S.Pd., M.SM.

NIDN: 0724018601

Mengetahui:

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : SINGGIH PUTRA WIJAYA

NIM : 201611041

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

Tempat, tanggal lahir : Malang, 17 November 1997

Jenis Kelamin : Laki-laki

Agama : Kristen

Alamat : Jl. Kapten Piere Tendean Gang 3 No 3 Malang

Nama Ayah : Didik Wijaya

Nama Ibu : Tanlirwo Setyowati

Riwayat Pendidikan

1. Tahun 2010 : Lulus SD Sekolah Kristen Kalam Kudus Malang
2. Tahun 2013 : Lulus SMP SMPK Santa Maria 1 Malang
3. Tahun 2016 : Lulus SMA SMAK Santa Maria Malang
4. Tahun 2020 : Lulus Sarjana Strata-1 Universitas Katolik Widya Karya Malang

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan hikmat-Nya yang telah diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dari awal sampai akhir dengan judul “Pengaruh *Promotion Mix* terhadap Keputusan Pembelian Tegel Asia Tile pada PT. Makmur Maju Mantap Malang.”

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan dengan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S-1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Karya Malang. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini berkat kerja sama dan partisipasi berbagai pihak, untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi penulis kesempatan dan kekuatan serta kemampuan untuk menyelesaikan studi dan skripsi.
2. Fr.Dr. Klemens Mere, S.E., M.Pd., M.M., M.H., M.A.P., BHK, selaku Rektor di Universitas Katolik Widya Karya Malang.
3. Ibu Dra. Anni Yudiastuti, M.P. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dengan sabar membimbing dan mengarahkan penyusunan skripsi serta memberikan kritik, saran dan motivasi kepada peneliti yang sangat bermanfaat.
4. Ibu Jovita Vicka B.W, S.Pd, M.SM. selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Dosen Pembimbing II yang telah memberikan masukan dan arahan selama proses pengerjaan skripsi serta memberikan kritik, saran, dan motivasi pada peneliti yang sangat bermanfaat.
5. Bpk. Drs. Cornelius Niwadolo, M.M. selaku Dosen Penguji yang sudah menilai hasil dari skripsi serta juga memberikan kritik dan saran untuk hasil dari skripsi sehingga bisa bermanfaat bagi peneliti.
6. Pimpinan dan manajer PT. Makmur Maju Mantap Malang yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk melakukan penelitian.
7. Staf Fakultas Ekonomi dan Dosen Jurusan Manajemen atas bimbingan dan ilmu yang telah diberikan selama kuliah.

8. Kedua orang tua, Bapak Didik Wijaya dan Ibu Tanlirwo Setyowati yang telah memberikan banyak dukungan dan kasih sayang yang tak dapat disebutkan satu per satu.
9. Kedua saudara saya, Eka Yulianti Wijaya dan Andy Kurniawan Wijaya yang telah mendukung dalam mengerjakan skripsi.
10. Terimakasih atas dukungan dari teman-teman saya untuk menyelesaikan skripsi yaitu Christian, Ronald, Yoyo, Richie, Thomas, serta teman-teman grup “anak ayam” yang selalu mendukung di saat berkuliah.
11. Terimakasih atas dukungan dari pacar saya Kirana Dewi Kristiani yang selalu mendukung dan mendoakan dalam pengerjaan skripsi.

Penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca maupun bagi para peneliti selanjutnya. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu kritik, saran dari pembaca yang bersifat membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis sampaikan terima kasih.

Malang, 2 Mei 2020

Singgih Putra Wijaya

DAFTAR ISI

JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT KETERANGAN MELAKUKAN KEGIATAN PENELITIAN.....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
1. Tujuan Penelitian	4
2. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu.....	7
1. Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu	10
B. Landasan Teori	12
1. Pengertian Pemasaran	12
2. Pengertian Manajemen Pemasaran	12
3. Pengertian dan Unsur <i>Marketing Mix</i>	13
4. Pengertian <i>Promotion Mix</i> , unsur-unsur <i>Promotion Mix</i>	16
5. Pengertian Keputusan Pembelian	22
6. Proses Keputusan Pembelian.....	22

7. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	23
C. Kerangka Pikir	24
D. Hipotesis	25

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	26
B. Ruang Lingkup Penelitian	26
C. Lokasi Penelitian	26
D. Sumber dan Jenis Data	27
1. Jenis Data.....	27
a. Data Kualitatif	27
b. Data Kuantitatif	27
2. Sumber Data	27
a. Data Primer.....	28
b. Data Sekunder.....	28
E. Populasi dan Sampel.....	28
1. Populasi	28
2. Sampel	28
F. Definisi Operasional Variabel	29
G. Metode Pengumpulan data	32
H. Teknik Analisis Data	33
1. Uji Instrumen	33
a. Uji Validitas.....	33
b. Uji Reliabilitas.....	34
2. Uji Asumsi Klasik	34
a. Uji Normalitas	34
b. Uji Heteroskedastisitas	34
c. Uji Multikolinearitas.....	35
3. Analisis Regresi Berganda.....	36
4. Uji Hipotesis	36
a. Uji F.....	36
b. Uji T.....	37

BAB IV ANALISA DAN INTERPRETASI DATA

A. Gambaran Umum PT.Makmur Maju Mantap Malang	38
1. Sejarah PT. Makmur Maju Mantap Malang	38
2. Visi dan Misi PT. Makmur Maju Mantap Malang	39
3. Struktur Organisasi	40
B. Gambaran Umum Responden Penelitian.....	43
1. Deskriptif Responden	43
a. Responden Menurut Usia	43
b. Responden Menurut Jenis Kelamin.....	44
c. Responden Menurut Jenis Pekerjaan.....	44
2. Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	
a. Deskripsi Frekuensi Variabel Periklanan	45
b. Deskripsi Frekuensi Variabel Promosi Penjualan	46
c. Deskripsi Frekuensi Variabel Penjualan Personal.....	47
d. Deskripsi Frekuensi Variabel Hubungan Masyarakat ...	48
e. Deskripsi Frekuensi Variabel Pemasaran Langsung.....	49
f. Deskripsi Frekuensi Keputusan Pembelian	50
3. Analisis Data dan Interpretasi.....	51
a. Uji Instrumen Penelitian.....	51
1) Uji Validitas.....	51
2) Uji Reliabilitas	52
b. Uji Asumsi Klasik	53
1) Uji Normalitas	53
2) Uji Multikolinieritas	55
3) Uji Heteroskedastisitas	56
c. Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
d. Koefisien Determinasi	60
e. Uji Hipotesis	60
1) Uji F.....	60
2) Uji T.....	62
3) Uji Variabel yang Dominan.....	63
f. Pembahasan	65

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

1) Deskripsi variabel Penelitian.....	65
2) Implikasi Hasil Penelitian.....	72
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	78
B. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	24
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Makmur Maju Mantap Malang	40
Gambar 4.2 Hasil Uji P-Plot (Normalitas).....	54
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	57
Gambar 4.4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	58
Gambar 4.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi	60
Gambar 4.6 Hasil Uji F.....	62



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	29
Tabel 4.1 Responden Menurut Usia.....	43
Tabel 4.2 Responden Menurut Jenis Kelamin	44
Tabel 4.3 Responden Menurut Jenis Pekerjaan	44
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Periklanan	45
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Promosi Penjualan	46
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Penjualan Personal.....	47
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Hubungan Masyarakat	48
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Pemasaran Langsung	49
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	50
Tabel 4.10 Uji Validitas	52
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas	55

**PENGARUH *PROMOTION MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
TEGEL ASIA TILE PADA PT. MAKMUR MAJU MANTAP MALANG**

ABSTRAKSI

Perkembangan dunia bisnis saat ini semakin maju dan pesat. Persaingan perusahaan yang terus terjadi, untuk mendapatkan hasil atau laba yang tinggi terus dilakukan. Perlu adanya strategi yang efektif untuk mendapatkan hasil itu. Salah satu strateginya yaitu dengan dilakukannya *promotion mix*. PT. Makmur Maju Mantap Malang adalah usaha berbasis toko dengan menjual berbagai macam merek keramik atau tegel untuk solusi pembangunan rumah. Dengan demikian *promotion mix* sangat penting dalam memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli tegel pada PT. Makmur Maju Mantap Malang.

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui signifikansi pengaruh *promotion mix* yang terdiri dari: periklanan (X1), promosi penjualan (X2), penjualan personal (X3), hubungan masyarakat (X4), dan pemasaran langsung (X5) secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian (Y) tegel Asia Tile pada PT. Makmur Maju Mantap Malang. 2) Dan untuk mengetahui unsur-unsur *promotion mix* yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian tegel Asia Tile pada PT. Makmur Maju Mantap Malang. Jenis penelitian *explanatory research*. Populasi dalam penelitian ini semua konsumen yang membeli tegel merek Asia Tile pada PT. Makmur Maju Mantap Malang. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 60 orang. Menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik Analisis data menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *promotion mix* yang terdiri dari periklanan (X1), promosi penjualan (X2), penjualan personal (X3), hubungan masyarakat (X4), pemasaran langsung (X5) berpengaruh signifikan secara simultan (nilai signifikansi $F 0.000 < 0.05$) dan secara parsial (nilai signifikansi $T X1 0.011, X2 0.005, X3 0.021, X4 0.036, X5 0.020 < 0.05$) terhadap keputusan pembelian (Y) tegel Asia Tile pada PT. Makmur Maju Mantap Malang. Variabel *promotion mix* yang berpengaruh dominan adalah pemasaran langsung (X5) karena memiliki sumbangan efektif terbesar diantara unsur-unsur *promotion mix* lainnya yaitu 22.2 %.

Kata Kunci : *Promotion Mix*, Keputusan Pembelian