

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK CAP JEMPOL PADA CV IKA RAYA SENTUSA
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 :
Grace Clementia
201611020**

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG

FAKULTAS EKONOMI

JURUSAN MANAJEMEN

2020

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Grace Clementia Poedjiono
NIM : 201611020
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul : PENGARUH BAURAN PEMASARAN PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CAP JEMPOL PADA CV IKA RAYA SENTAUSA MALANG.

Malang, 11 Juli 2020

DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I



Dra. Anni Yudiastuti, MP
NIDN: 0701056401

Pembimbing II



Jovita Vicka B.W.S.Pd..M.SM
NIDN: 0724018601

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi



Dra. Anni Yudiastuti, MP
NIDN: 0701056401

Ketua Jurusan Manajemen



Jovita Vicka B.W.S.Pd..M.SM
NIDN: 0724018601

HALAMAN PENGESAHAN

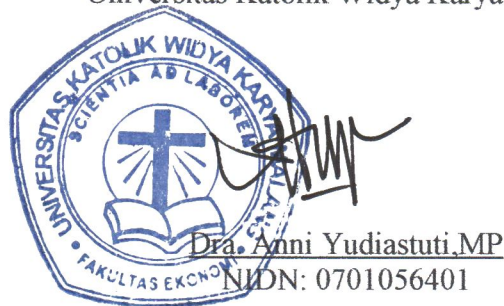
Skripsi yang berjudul :
PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK CAP JEMPOL PADA CV IKA RAYA SENTAUUSA
MALANG

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Grace Clementia Poedjiono
NIM : 201611020

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal 11 Juli 2020 dan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemn Strata satu (S-1).

Disahkan oleh :
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Widya Karya Malang



DEWAN PENGUJI

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

TANDA TANGAN


.....

.....

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CAP JEMPOL PADA CV IKA RAYA SENTOSA MALANG” merupakan karya asli dari :

Nama : Grace Clementia Poedjiono
NIM : 201611020
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

dan bukan karya plagiat baik sebagian maupun seluruhnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila terdapat kekeliruan saya bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Malang, 11 Juli 2020



(Grace Clementia Poedjiono)

DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I

Dra. Anni Yudiastuti,MP
NIDN: 0701056401

Pembimbing II

Jovita Vicka B.W.S.Pd.,M.SM
NIDN: 0724018601

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi

Dra. Anni Yudiastuti,MP
NIDN: 0701056401

Ketua Jurusan Manajemen

Jovita Vicka B.W.S.Pd.,M.SM
NIDN: 0724018601

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Dengan ini CV Ika Raya Sentausa Malang menerangkan bahwa:

Nama : Grace Clementia
NIM : 201611020
Fak. / Jur. : Ekonomi / Manajemen
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

Telah melakukan penelitian dalam rangka penulisan skripsinya yang berjudul: **PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CAP JEMPOL PADA CV IKA RAYA SENTOSA MALANG** sejak tanggal 2 Juni 2020 sampai dengan tanggal 19 Juni Maret 2020, dan telah pula membahas materi hasil penelitiannya dengan kami.

Malang, 14 Juli 2020

Direktur,



**IKA RAYA SENTOSA
MALANG**

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat rahmat, anugerah, dan kasih karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
2. Terima kasih kepada Papa Indra dan Mama Fanny yang selalu memberikan dukungan dan motivasi agar saya tetap bersemangat dan terus berjuang dan selalu mendoakan setiap hari dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Terima kasih kepada adik Felix, yang selalu menyemangati dan memotivasi sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu.
4. Terima kasih kepada Daniel Yanuar Prabowo atas dukungan dan doa yang diberikan selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi.
5. Terima kasih kepada seluruh Mahasiswa/I angkatan tahun 2016 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen yang selalu memberikan dukungan, bantuan dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
6. Terima kasih kepada sahabat-sahabat seperjuangan (Rexy, Christian, Leo, Agnes, Lidia Wisnu, Karmel, Kajol, Angel, Singgih) yang telah melalui proses bersama, memotivasi, menyemangati dan memberikan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu.
7. Ucapan terima kasih untuk segenap keluarga besar BMJ manajemen sebagai keluarga kecil yang sudah mendukung dan memotivasi dalam selama proses perkuliahan sampai penyelesaian skripsi ini.

MOTTO

“Yeremia 29:11 Sebab Aku ini mengetahui rancangan-rancangan yang apa yang ada padaKu mengenai kamu, demikian firman Tuhan, yaitu rancangan damai sejahtera dan bukan rancangan kecelekaan, untuk memberikan kepadamu hari depan yang penuh harapan”

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Grace Clementia Poedjiono
NIM : 201611020
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Tempat, tanggal lahir : Malang, 02-04-1998
Alamat : Perum Permata Borodudur C4
Nama orang tua : Indra Poedjiono (Ayah)
: Fanny Olivia (Ibu)
Riwayat Pendidikan :
Tahun 2004-2010 : SDK Santa Maria 2 Malang
Tahun 2010-2013 : SMPK Santa Maria 2 Malang
Tahun 2013-2016 : SMAK Santa Maria Malang
Tahun 2016-2020 : S1 Manajemen Universitas Katolik Widya Karya
Malang

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan yang Mahakuasa karena kasih karunia dan penyertaan-NYA, skripsi yang berjudul “ PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CAP JEMPOL PADA CV IKA RAYA SENTAUSA MALANG” dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Skripsi ini merupakan tugas akhir dan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang.

Pada kesempatan ini, penulis juga hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang selalu memberi motivasi dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini:

1. Dra. Anni Yudiastuti,MP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Dosen Pembimbing I yang telah membimbing hingga terselesainya skripsi ini.
2. Jovita Vicka B.W,S.Pd.,M.SM selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Dosen Pembimbing II yang telah membimbing hingga terselesainya skripsi ini.
3. Direktur CV Ika Raya Sentausa Malang yang telah member izin, tempat, waktu, data dan bantuan-bantuan lain kepada peneliti demi kelancaran penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak/Ibu Dosen pengajar Fakultas Ekonomi yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama perkuliahan di kampus Unversitas Katolik Widya Karya Malang

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun guna memperbaiki skripsi ini dikemudian hari.

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

Akhir kata penulis mohon maaf jika dalam penelitian masih terdapat kekurangan dan semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca dan peneliti selanjutnya dalam menambah referensi.

Malang, 11 Juli 2020,

Penulis



Grace Clementia Poedjiono

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL SKRIPSI	i
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iv
HALAMAN SURAT KETERANGAN PENELITIAN	v
HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	3
BAB II LANDASAN TEORI	5
A. Penelitian Terdahulu	5
B. Tinjauan Pustaka	8
1. Pengertian Pemasaran.....	8
2. Pengertian Bauran Pemasaran	9
3. Pengertian Produk.....	9
4. Pengertian Harga	14
5. Pengertian Tempat (Saluran Distribusi)	16
6. Pengertian Promosi.....	18
7. Pengertian Keputusan Pembelian	19
C. Kerangka Pikiran	22
D. Hipotesis.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Jenis Penelitian	24
B. Lokasi Penelitian	24

C. Ruang Lingkup Penelitian	24
D. Populasi dan Sampel	24
1. Populasi	24
2. Sampel	25
E. Sumber Data	25
1. Data Primer	26
2. Data Sekunder	26
F. Jenis Data	26
1. Data Kualitatif	26
2. Data Kuantitatif	26
G. Definisi Operasional Variabel	27
H. Metode Pengumpulan Data	29
1. Wawancara	29
2. Kuesioner	29
3. Dokumentasi	30
I. Teknik Analisis Data	30
1. Uji instrumen	30
a. Uji Validitas	30
b. Uji Reliabilitas	31
2. Pengujian Asumsi Klasik	31
a. Uji Heteroskedastisitas	32
b. Uji Multikolinieritas	32
c. Uji Normalitas	33
3. Analisis Regresi Linier Berganda	34
4. Uji Hipotesis	34
a. Uji F	34
b. Uji T	35
BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA	36
A. Gambaran Umum Perusahaan	37
1. Sejarah Berdirinya Perusahaan	37
2. Visi dan Misi	37

3. Struktur Organisasi	38
B. Gambaran Umum Responden	47
1. Deskripsi Frekuensi Karakteristik Responden	47
C. Penyajian Data Penelitian	49
1. Bauran Pemasaran	49
2. Keputusan Pembelian	56
D. Analisis Data dan Interpretasi Data.....	58
1. Uji Instrumen	58
2. Uji Asumsi Klasik	60
3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	62
4. Uji Hipotesis	64
E. Pembahasan.....	67
F. Implikasi Hasil Penelitian	69
BAB V PENUTUP.....	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	74

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	5
Tabel 3.1 Tabel definisi operasional variabel	27
Tabel 4.1 Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin	48
Tabel 4.2 Deskripsi responden berdasarkan usia	48
Tabel 4.3 Deskripsi frekuensi variabel <i>eksterior</i> (X1).....	49
Tabel 4.4 Deskripsi frekuensi variabel <i>general interior</i> (X2).....	51
Tabel 4.5 Deskripsi frekuensi variabel <i>store layout</i> (X3)	53
Tabel 4.6 Deskripsi frekuensi variabel <i>interior display</i> (X4)	55
Tabel 4.7 Deskripsi frekuensi variabel keputusan pembelian (Y)	57
Tabel 4.8 Deskripsi Uji Validitas dan reliabilitas	59
Tabel 4.9 Deskripsi hasil uji multikolinieritas	61
Tabel 4.10 Deskripsi hasil uji analisis regresi linier berganda.....	62
Tabel 4.11 Hasil uji F.....	65
Tabel 4.12 hasil uji koefisien determinasi.....	66

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	22
Gambar 4.1 Struktur Organisasi perusahaan.....	38
Gambar 4.2 hasil uji normalitas	60
Gambar 4.3 hasil uji heteroskedastisitas	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 Output Data



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK CAP JEMPOL PADA CV IKA RAYA SENTUSA
MALANG**

ABSTRAK

Keputusan pembelian pada dasarnya dipengaruhi oleh bauran pemasaran yang terdiri dari semua hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya, yang terdiri dari *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi). Berkaitan dengan hal tersebut sangat penting bagi pengelola perusahaan untuk mengembangkan produk, menentukan harga, mempromosikan produk dan mendistribusikan produk/jasa yang tepat kepada para pengecer dan konsumen akhir. Dalam hubungannya dengan perekonomian dan perkembangan *food industry*, Cap Jempol merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pangan yang berada di kota Malang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: Pengaruh Bauran Pemasaran secara simultan terhadap keputusan pembelian, Pengaruh Bauran Pemasaran secara parsial terhadap keputusan pembelian dan elemen dari Bauran Pemasaran yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian pada CV Ika Raya Sentausa. Jenis penelitian ini adalah *explanatory*. Sumber data penelitian ini adalah primer dan sekunder. Populasi penelitian ini adalah konsumen CV Ika Raya Sentausa Malang. Sampel yang diambil sebanyak 50 orang dengan metode *accidental sampling* dan alat analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk (X1), harga (X2), tempat (X3), promosi (X4) secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) dengan tingkat signifikan $0,05 < 0,05$. Secara parsial variabel produk (X1), harga (X2), tempat (X3), promosi (X4) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) dengan tingkat signifikan $> 0,05$ untuk semua variabel. Variabel yang berpengaruh dominan adalah *harga* (X2) dengan VIF *beta* 0,257.

Kata kunci : Produk, Harga, Tempat, Promosi, dan Keputusan Pembelian