

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (4P) TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN AIR MINUM MEREK AGUAMOR STUDI KASUS PADA
PT. AGUAMOR TIMORINDO BAUMATA KUPANG NTT**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Widya Karya Malang**



**DISUSUN OLEH :
NOVIA GRACIA MAUK VIEGAS
NIM 201811043**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
2022**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : NOVIA GRACIA MAUK VIEGAS
NIM : 201811043
Universitas : Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul : PENGARUH BAURAN PEMASARAN (4P)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM
MEREK AGUAMOR STUDI KASUS PADA PT.
AGUAMOR TIMORINDO BAUMATA KUPANG NTT

Malang, 11 Februari 2022



Novia G.M. Viegas

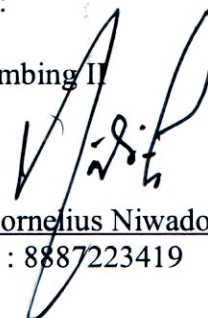
DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I



J. Vicka Bayu Wardhani., S.Pd., M.SM.
NIDN : 0724018601

Pembimbing II



Drs. Cornelius Niwadolo, M.M
NIDK : 8887223419

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dra. Anni Yudiastuti, M.P.
NIDN : 0701056401

Ketua Program Studi Manajemen



J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM.
NIDN : 0724018601

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul :

PENGARUH BAURAN PEMASAAN (4P) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM MEREK AGUAMOR STUDI KASUS PADA PT. AGUAMOR TIMORINDO BAUMATA KUPANG NTT

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nama : Novia Gracia Mauk Viegas

NIM : 201811043

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal 11 Februari 2022 dan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu (S-1).

Disahkan oleh :



DEWAN PENGUJI

1. Dra. Anni Yudiastuti, M.P.
NIDN : 0701056401
2. Drs. Cornelius Niwadolo, M.M.
NIDK : 8887223419
3. J. Vicka Bayu Wardhani., S.Pd., M.SM.
NIDN : 0724018601

Tanda Tangan

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul PENGARUH BAURAN PEMASARAN BAURAN PEMASARAN (4P) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM MEREK AGUAMOR STUDI KASUS PADA PT. AGUAMOR TIMORINDO BAUMATA KUPANG NTT merupakan karya asli dari

Nama : NOVIA GRACIA MAUK VIEGAS
NIM : 201811043
Prodi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

telah dideteksi tingkat plagiasinya secara online oleh Perpustakaan Universitas Katolik Widya Karya Malang menggunakan *Turnitin Plagiarism Checker* dan sudah memenuhi kriteria toleransi yaitu sebesar 30%.

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

11 Februari 2022
 No. 20772AJX995959091
Novia G.M. Viegas

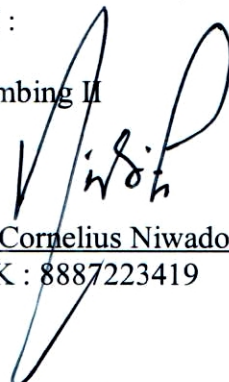
DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I



J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd.,M.SM.
NIDN : 0724018601

Pembimbing II




Drs. Cornelius Niwadolo, M.M.
NIDK : 8887223419

Mengetahui :




Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dra. Anni Yudiastuti, M.P.
NIDN : 0701056401



Ketua Program Studi Manajemen


J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd.,M.SM.
NIDN : 0724018601

SURAT KETERANGAN PENELITIAN



PT. AGUAMOR TIMORINDO BAUMATA
Water Treatment Plant by Dual Ozone Process
Jl. Raya Desa Baumata - Kupang NTT
Telp. 0380 8552886 Fax. 0380 8552886

SURAT KETERANGAN

NO : 04 / PT.ATB / XII / 2021

Yang ber tanda tangan di bawah ini :

Nama : **Antonio Cesaltino Osorio Soares**
NIK : -
Jabatan : **Direktur**

Dengan ini menerangkan bahwa ;

Nama : **Novia Gracia Mauk Viegas**
NIM : **201811043**
semester : **VII (Tujuh)**
Program Studi : **Manajemen**

Saat ini benar-benar telah selesai melakukan penelitian pada PT. Aguamor Timorindo Baumata dengan judul tugas akhir : **Pengaruh Bauran Pemasaran 4P Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merk Aguamor.**

Demikian surat keterangan ini di buat untuk dipergunakan sebaik-baiknya.

Kupang ,22 Desember 2021

Antonio Cesaltino Osorio Soares
Direktur

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Novia Gracia Mauk Viegas
NIM : 201811043
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Tempat, Tanggal Lahir : Halilulik, 28 November 1999
Alamat : Lingkungan Toro
Nama Orang Tua (Ayah) : Carlos Viegas
(Ibu) : Kasince Mauk
Riwayat Pendidikan : SDK Santo Yosef Atambua I (2005-2011)
SMPK Santo Yohanes Bosco (2011-2014)
SMAK Santo Fransiskus Asisi (2014-201)
Universitas Katolik Widya Karya Malang
(2018-2022)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan baik dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Aguamor pada PT. Aguamor Timorindo Baumata Kupang NTT”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana Manajemen Universitas Katolik Widya Karya Malang.

Dalam penyelesaian skripsi ini telah banyak hambatan dan tantangan yang dihadapi, namun pada akhirnya dapat menyelesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak yang mendukung dan membantu selama proses pengerjaan skripsi hingga selesai. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Dr. Klemes Mere, S.E., M.Pd., M.M., M.H., M.A.P., M.Ak., BHK selaku Rektor Universitas Katolik Widya Karya Malang
2. Dra. Anni Yudiastuti, M.P selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
3. J. Vicka Bayu Wardhani., S.Pd, M.SM selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Dosen Pembimbing 1 yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan selama proses penyusunan skripsi
4. Drs. Cornelius Niwadolo, M.M selaku Dosen Pembimbing 2 yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan selama proses penyusunan skripsi
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Karya Malang yang telah mendidik dan memberikan ilmu teori maupun praktik
6. Kepada Bapak Carlos Viegas dan Mama Since Mauk, yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan selama proses perkuliahan sampai tahap penyelesaian skripsi ini
7. Kepada PT. Aguamor Timorindo Baumata Kupang NTT yang telah mengizinkan untuk melakukan penelitian
8. Kepada Kk Loly Viegas, Kk Carla Viegas, Kk Lidya Viegas, adik Jaurez, Jose dan Mario Dede yang sudah mendoakan dan mendukung
9. Kepada seluruh keluarga besar yang sudah mendoakan dan mendukung
10. Kepada diri sendiri yang sudah berjuang untuk menyelesaikan skripsi ini dengan penuh semangat hingga skripsi ini bisa selesai tepat waktu
11. Kepada Weldy, Listy, Rimba, Aba yang sudah menemani, memberikan semangat, selama proses penelitian sampai penyusunan skripsi
12. Kepada teman-teman seperjuangan Manajemen angkatan 18 yang selalu mendukung dan membantu selama proses pengerjaan skripsi

Malang, 11 Februari 2022

Novia G.M. Viegas

MOTTO

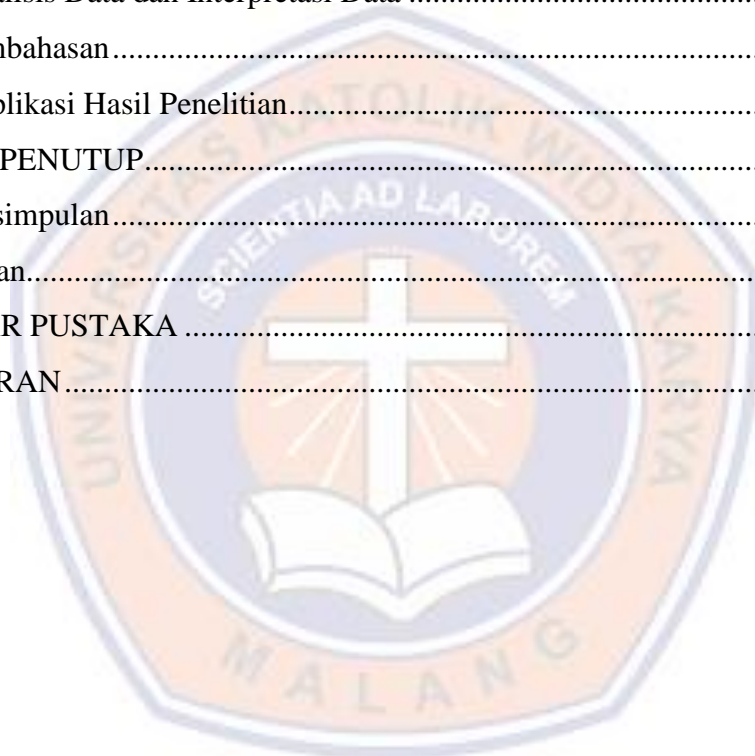
**“KEMAJUAN LAMBAT LEBIH BAIK,
DARIPADA TIDAK ADA KEMAJUAN”**



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT KETERANGAN PENELITIAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	v
KATA PENGANTAR	vi
MOTTO	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang.....	1
B.Rumusan Masalah.....	5
C.Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
A.Penelitian Terdahulu.....	7
B.Tinjauan Pustaka.....	19
C.Kerangka Pikir	37
D.Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
A.Jenis Penelitian	38
B.Ruang Lingkup Penelitian	38
C.Lokasi Penelitian	38
D.Populasi dan Sampel.....	38
E.Sumber Data.....	39
F.Jenis Data	40

G.Definisi Operasional	40
H.Metode Pengumpulan Data	42
I.Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA	47
A.Gambaran Umum Perusahaan	47
B.Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.....	48
C.Deskripsi Karakteristik Responden	49
D.Deskripsi Frekuensi Variabel Penelitian	51
E.Analisis Data dan Interpretasi Data	57
F.Pembahasan.....	68
G.Implikasi Hasil Penelitian.....	69
BAB V PENUTUP.....	73
A.Kesimpulan.....	73
B.Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	77



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	40
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
Tabel 4. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	51
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang Produk (X1)	52
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang Harga (X2)	53
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang Promosi (X3).....	54
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang Distribusi (X4)	55
Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang Keputusan Pembelian (Y).....	56
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas.....	57
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	58
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 4. 13 Uji Multikolinearitas dengan VIF.....	60
Tabel 4. 14 Hasil Uji Autokorelasi	63
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	37
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	48
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	62



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Bebas Plagiasi	77
Lampiran 2 Kuesioner	78
Lampiran 3 Tabulasi Data	81



PENGARUH BAURAN PEMASARAN (4P) TEHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM MEREK AGUAMOR STUDI KASUS PADA PT. AGUAMOR TIMORINDO BAUMATA KUPANG NTT

ABSTRAK

Dalam menjual suatu produk kepada konsumen, perusahaan perlu menetapkan strategi secara tepat agar bisa memberi pengaruh kepada konsumen untuk membeli, demi tercapainya tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba. Strategi tersebut berbicara mengenai suatu proses yang dimana terdapat bauran pemasaran yang dilakukan perusahaan antara lain, produk (product), harga (price), promosi (promotion), dan distribusi (place). Penetapan strategi tersebut harus dilakukan semua perusahaan, tak terkecuali produsen air minum merek Aguamor PT. Aguamor Timorindo Baumata Kupang NTT, perusahaan yang bergerak pada bidang air mineral dan yang menjual air minum mineral dalam bentuk galon dan kemasan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1) Pengaruh bauran pemasaran secara simultan terhadap keputusan pembelian, 2) Pengaruh bauran pemasaran secara parsial terhadap keputusan pembelian dan 3) Variabel bauran pemasaran yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Aguamor Timorindo Baumata Kupang NTT. Sampel yang diambil sebanyak 50 orang, dengan analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa secara simultan (bersama-sama) bauran pemasaran yang terdiri dari produk (X1), harga (X2), promosi (X3), distribusi/tempat (X4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap air minum merek Aguamor dengan nilai signifikan (0,000) yang lebih kecil dari alpha 0,05. Dari hasil uji t (parsial) diketahui nilai signifikansi dari produk (X1), harga (X2), promosi (X3), dan distribusi/tempat (X4) secara berturut-turut sebesar 0,020 ; 0,058 ; 0,879 ; 0,884 sehingga dapat disimpulkan bahwa dari keempat variabel bauran pemasaran, hanya variabel produk yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen yang membeli air minum merek Aguamor (variabel produk menjadi variabel dominan). Berdasarkan nilai koefisien determinasi menyatakan pengaruh dari indikator bauran pemasaran sebesar 55,1% terhadap keputusan pembelian air minum merek Aguamor, sedangkan sisanya 44,9 % dipengaruhi faktor eksternal diluar dari model penelitian ini.

Kata kunci : Produk, Harga, Promosi, Distribusi/tempat, Keputusan Pembelian