

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO ISTANA JELAWAT SAMPIT**

SKRIPSI

**Disusun Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Dan Bisnis Universitas Katolik Widya Karya Malang**



**DISUSUN OLEH:
NATANAEL ADITYA PRAKOSA
NIM : 201811027**

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

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Natanael Aditya Prakosa
NIM : 201811027
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul : PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO ISTANA JELAWAT SAMPIT

Malang, 19 Juli 2022



(Natanael Aditya Prakosa)

DITERIMA DAN DISETUJUI:

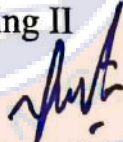
Pembimbing I



Dra. Anni Yudiastuti, M.P.

NIDN: 0701056401

Pembimbing II



J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM.

NIDN: 0724018601

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

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul:

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO ISTANA JELAWAT SAMPIT**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Natanael Aditya Prakosa

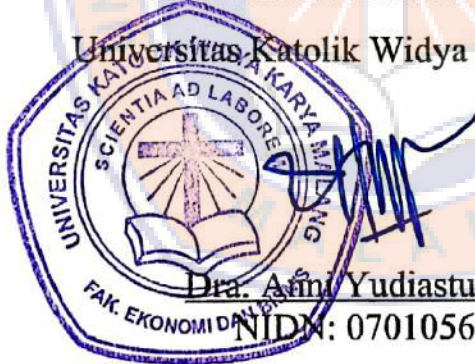
NIM : 201811027

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal 19 Juli 2022 dan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu (S1).

Disahkan oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Widya Karya Malang



Dra. Anni Yudiastuti, M.P

NIDN: 0701056401

DEWAN PENGUJI

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

Tanda Tangan

.....
.....
.....

SURAT KETERANGAN

Saya Yang bertanda tangan di bawah ini adalah Pemilik Toko Istana Jelawat Sampit, menerangkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisni Universitas Katolik Widya Karya Malang :

Nama : Natanael Aditya Prakosa
Nim : 201811027
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Benar-benar telah melakukan Penelitian Mulai tanggal 19 – 30 Juni Di toko Istana Jelawat Sampit Kalimantan Tengah untuk Menyusun Skripsi dengan Judul Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Toko Istana Jelawat Sampit.

Demikian Surat keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sampit, 1 juli 2022

Pemilik Istana Jelawat Sampit



PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul : “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Istana Jelawat Sampit” merupakan karya asli dari :

Nama : NATANAEL ADITYA PRAKOSA
NIM : 201811027
Program Studi : 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 $\leq 30\%$. (surat keterangan deteksi plagiasi terlampir).

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

Malang, 19 Juli 2022



Aditya Prakosa

DITERIMA DAN DISETUJUI:

Pembimbing I

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

Pembimbing II

J. Vicka Bayu Wardhani, SPd., M.SM.
NIDN: 0724018601

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: 072401860

MOTTO

**TETAP LAH SANTAI DAN BERPIKIR
JERNIH DI DUNIA YANG KERAS INI**



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Natanael Aditya Prakosa
NIM : 201811027
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Tempat, Tanggal Lahir : Sampit, 25 Desember 1999
Alamat : Jl. Jaya Wijaya 1A No. 63 Sampit,
Kalimantan Tengah
Nama Orang Tua (Ayah) : Gaguk Basuki
(Ibu) : Komalasari
Riwayat Pendidikan : SDN 6 Mentawa Baru Hulu Sampit (2006 – 2012)
SMPK Santo Albertus Sampit (2012 – 2015)
SMAN 2 Sampit (2015 – 2018)
Universitas Katolik Widya Karya Malang (2018–2022)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Adapun judul yang saya ajukan adalah “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Istana Jelawat Sampit”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana Manajemen Universitas Katolik Widya Karya Malang.

Dalam pengerjaan skripsi telah mengalami banyak hambatan dan tantangan yang dihadapi, namun skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan pihak-pihak yang telah mendukung dan membantu penulis. Terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Dr. Klemens Mere, S.E., M.Pd., M.M., 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 serta Dosen Pembimbing 1 yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan selama proses penyusunan skripsi.
3. Jovita Vicka Bayu W., S. Pd., M.SM. selaku Dosen Pembimbing 2 yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan selama proses penyusunan skripsi.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Karya Malang yang telah mendidik dan memberikan ilmu teori maupun praktik
5. Kepada keluarga besar Komalasari, Gaguk Basuki dan Bu Sulis di tempat yang sudah mendukung dan mendoakan.
6. Kepada Toko Istana Jelawat Sampit yang telah mengizinkan untuk melakukan penelitian.
7. Kepada Pasukan K-31 yang telah menemani, dan menyemangati selama proses pembuatan skripsi.

Malang, Juli 2022

Natanael Aditya Prakosa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT KETERANGAN PENELITIAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
MOTTO	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
A. Penelitian Terdahulu.....	6
B. Tinjauan Pustaka	16
C. Kerangka Pikir	23
D. Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Jenis Penelitian.....	25
B. Lokasi Penelitian	25
C. Ruang lingkup Penelitian.....	25
D. Populasi dan Sampel Penelitian	25
E. Sumber Data Dan Jenis Data.....	26
F. Metode Pengumpulan data.....	28
G. Definisi Operasional Variabel.....	28
H. Teknik Analisis data	31
BAB IV ANALISIS DAN IMPLEMENTASI DATA	36

A. Gambaran Umum Perusahaan	36
B. Gambaran Umum Responden Penelitian	38
C. Deskripsi Frekuensi Variabel Penelitian.....	40
D. Analisis dan Interpretasi data	51
E. Pembahasan.....	66
F. Implikasi Hasil Penelitian.....	68
BAB V PENUTUP.....	72
A. KESIMPULAN.....	72
B. SARAN.....	73
DAFTAR PUSTAKA	75



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	6
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	28
Tabel 4.1 Jam Kerja Karyawan	38
Tabel 4.2 Data responden menurut usia	39
Tabel 4.3 Data responden menurut Jenis Kelamin	39
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Produk	40
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Harga	42
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Tempat	44
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Promosi	46
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	49
Tabel 4.9 Uji Validitas	52
Tabel 4.10. Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas	53
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	53
Tabel 4.12. Tabel Uji Normalitas	56
Tabel 4.13. Uji Multikolinearitas dengan <i>Value Inflation Factor</i> (VIF)	58
Tabel 4.14. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	61
Tabel 4.15 Uji Hasil F	62
Tabel 4.16 Uji Hasil T	63
Tabel 4.17 Hasil uji Determinasi	65
Tabel 4.18 Uji Varibel Dominan	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian 22

Gambar 2.2 Kerangka Pikir 23

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan 37

Gambar 4.2. Grafik Uji Normalitas Data 57

Gambar 4.3 Grafik Uji Heteroskedastisitas 60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Bebas Plagiasi

Lampiran 2. Kuesioner

Lampiran 3. Tabulasi Data

Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas

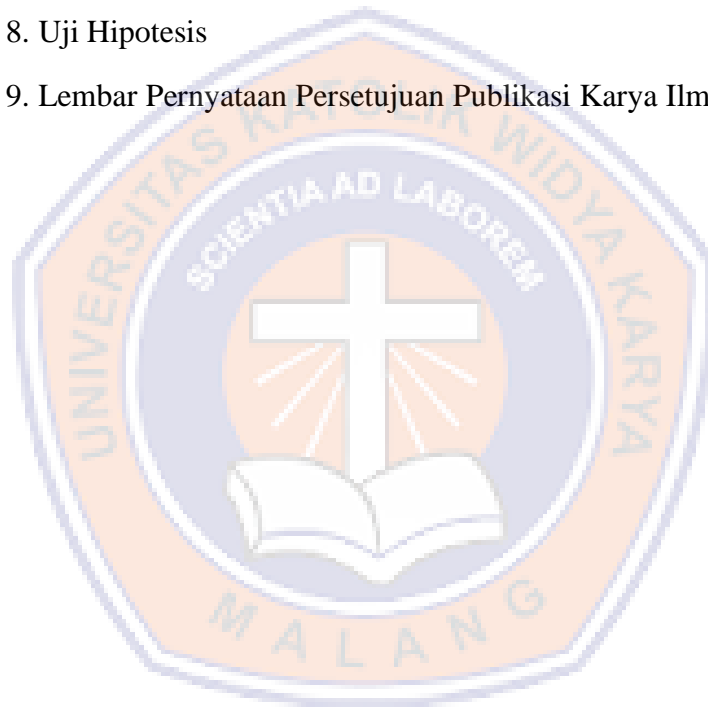
Lampiran 5. Produk

Lampiran 6. Uji Multikolinearitas

Lampiran 7. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Lampiran 8. Uji Hipotesis

Lampiran 9. Lembar Pernyataan Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah



PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERDAHAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO ISTANA JELAWAT SAMPIT

ABSTRAK

Gaya hidup selalu mengalami perubahan seiring perkembangan zaman. Gaya hidup saat ini telah menjadi suatu identitas individu maupun kelompok. Hal ini sudah terjadi di seluruh bangsa tak terkecuali Indonesia. Salah satu faktor yang memengaruhi gaya hidup ialah teknologi. Adanya perubahan teknologi tersebut mewajibkan perusahaan menyempurnakan strategi pemasarannya (Bauran Pemasaran) yang terdiri dari produk, harga tempat dan Promosi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel Produk (X1), Harga (X2), Tempat (X3), Promosi (X4) secara simultan dan parsial terhadap Keputusan Pembelian serta mengetahui variabel bauran pemasaran yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Istana Jelawat Sampit. Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatori. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 responden yang berbelanja pada Istana Jelawat Sampit. Teknik analisis data menggunakan analisis linier berganda.

Hasil perhitungan F hitung sebesar 13.967 dimana nilai ini lebih besar dari nilai F tabel yaitu $13.967 > 2,57$. dan nilai signifikansi memperoleh nilai sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari alpha yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Produk (X1), Harga (X2), Tempat (X3), Promosi (X4), berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Toko Istana Jelawat Sampit. Sedangkan Hasil penelitian melalui Uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi secara parsial untuk variabel tempat (X3) $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,395 > t$ tabel 2.01410 dan nilai untuk variabel Promosi (X4) $0,003 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,112 > t$ tabel 2.01410. sedangkan variabel Produk (X1) dan Harga (X2) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen. Tempat (X3) berpengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Istana Jelawat Sampit. Dapat diketahui bahwa pengujian variabel dominan ini menghasilkan nilai Standardized Coefficients beta dan t hitung sebesar 0.470 dan 3.395 nilai ini lebih besar dibandingkan dengan Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X4),

Keyword : Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian