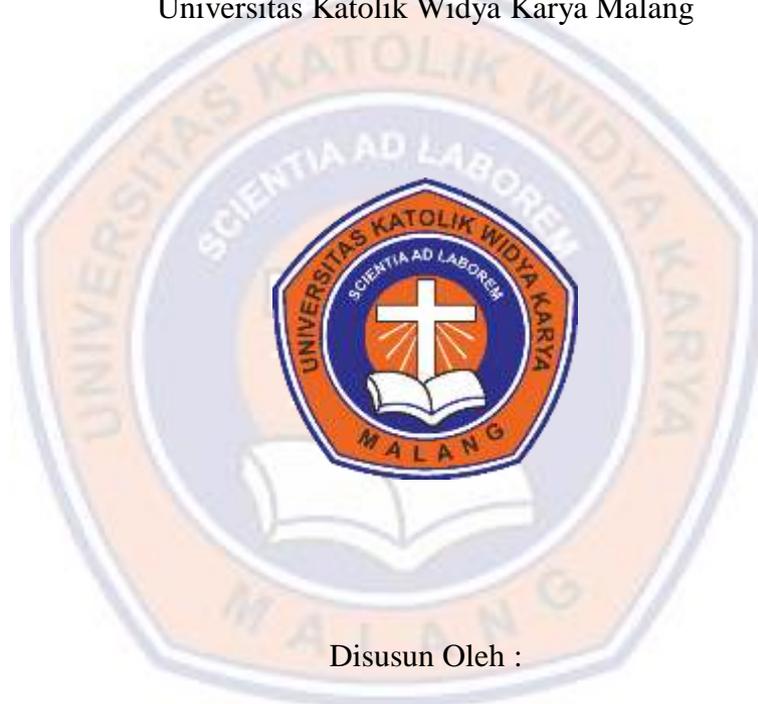


**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PAKAIAN PADA SURYA MEGAH FASHION**

KEDIRI

SKRIPSI

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



Disusun Oleh :

Irene Dewi Sanjaya

201411012

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG
FAKULTAS EKONOMI – JURUSAN MANAJEMEN

2018

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : IRENE DEWI SANJAYA
NIM : 201411012
Universitas : Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul : PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN PADA SURYA MEGAH
FASHION KEDIRI

Malang, 04 Juni 2018

DITERIMA DAN DISETUJUI

Pembimbing I

Drs. Cornelius Niyadolo, M.M

NIK : 198510010004

Pembimbing II

Dra. Anni Yudiastuti, MP.

NIDN : 0701056401

Mengetahui



Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Dra. M.A.F Suprpti., M.M

NIDN : 0706016401



Ketua Jurusan Manajemen

Dra. Anni Yudiastuti, MP.

NIDN : 0701056401

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul :

**Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada
Surya Megah Fashion Kediri**

yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Irene Dewi Sanjaya

NIM : 201411012

Telah di pertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya pada tanggal 04 Juni 2018 dan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S1).

Disahkan oleh :

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Katolik Widya Karya Malang



Dr. Desi M. A. F. Suprapti., M.M
NIDN : 0706016401

Dewan Penguji

1. Dra. Anni Yudiastuti,MP
NIDN : 0701056401
2. Drs. Cornelius Niwadolo, M.M.
NIK : 198510110004
3. J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM.
NIDN : 0724018601





SURYA MEGAH FASHION KEDIRI

Jl. Raya Sambu-Ringinrejo A1 Kediri,

Telp.085655664626, Kode Pos 64176

Email:Suryamegahfashion@yahoo.com

SURAT KETERANGAN

NOMOR : 03/SM-KDR/A1/IV/2018

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andre Saputra
Jabatan : Kepala Toko
Alamat : Kediri

Dengan ini menerangkan bahwa berdasarkan Surat Permohonan Ijin Nomor : 105/FE/Q/IV/2018, mahasiswa :

Nama : Irene Dewi Sanjaya
NIM : 201411012
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Asal Perguruan Tinggi : Unika Widya Karya Malang

Telah melakukan penelitian di Surya Megah Fashion Kediri dengan judul " PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN PADA SURYA MEGAH FASHION KEDIRI " Sejak 30 Maret s/d 28 April 2018.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kediri , 30 April 2018

Kepala Toko Surya Megah Fashion Kediri

ANDRE SAPUTRA

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Kami yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “ **PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN PADA SURYA MEGAH FASHION KEDIRI**”

merupakan karya asli dari :

Nama : Irene Dewi Sanjaya
NIM : 201411012
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Katolik Widya Karya Malang

Dan bukan karya plagiat baik sebagian maupun seluruhnya.

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

Malang, 04 Juni 2018



(Irene Dewi Sanjaya)

DITERIMA DAN DISETUJUI

Pembimbing I

Drs. Cornelius Niwadolo, M.M
NIK : 198510110004

Pembimbing II

Dra. Anni Yudiastuti, MP
NIDN : 0701056401



Dekan Fakultas Ekonomi

Dra. Dra M.A.F Suprpti., M.M
NIDN :0706016401

Mengetahui

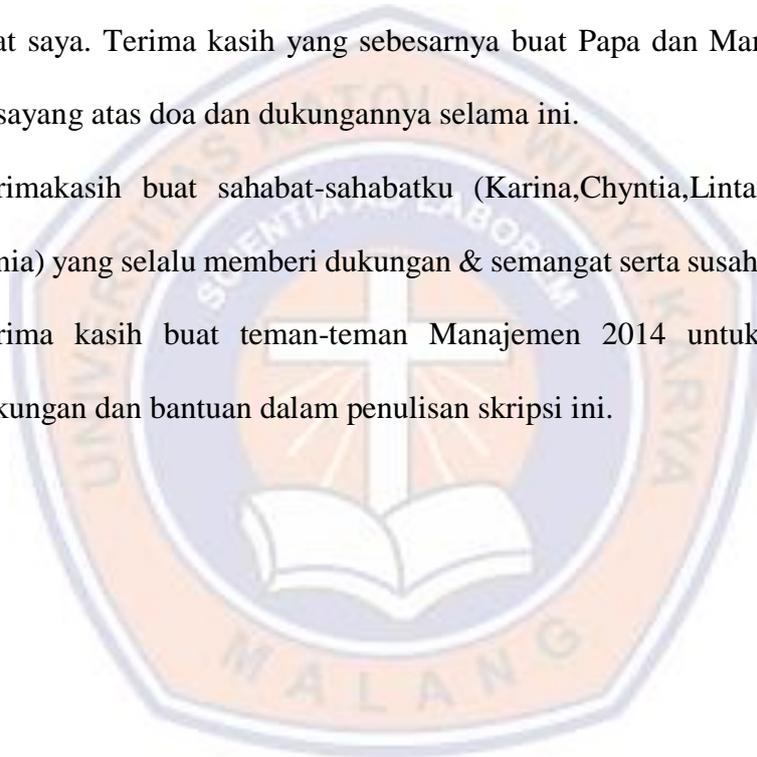


Ketua Jurusan Manajemen

Dra. Anni Yudiastuti, MP
NIDN : 0701056401

Persembahan

1. TUHAN YESUS terima kasih atas berkat dan anugerah-Mu yang Engkau berikan selama ini kepadaku. Engkau selalu menerangi jalanku dan menyertaiiku selalu sehingga saya dapat menyelesaikan studi dan skripsi dengan lancar.
2. Keluargaku yang selalu memberikan ku dorongan , semangat dan kasih sayang buat saya. Terima kasih yang sebesarnnya buat Papa dan Mama tercinta dan tersayang atas doa dan dukungannya selama ini.
3. Terimakasih buat sahabat-sahabatku (Karina,Chyntia,Lintang,Wenny dan Tania) yang selalu memberi dukungan & semangat serta susah senang bareng.
4. Terima kasih buat teman-teman Manajemen 2014 untuk kebersamaan, dukungan dan bantuan dalam penulisan skripsi ini.



RIWAYAT HIDUP

Nama : Irene Dewi Sanjaya

Nim : 201411012

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Universitas : Katolik Widya Karya Malang

Tempat, Tanggal Lahir : Kediri, 04 November 1995

Agama : Kristen

Nama Orang Tua (Ayah) : Siswoyo Dwi Sanjaya

(Ibu) : Sriani

Alamat : Jl. Merak Ds. Ringinrejo rt02/02 Sambu Kediri

Riwayat Pendidikan

- a. SDN 1 Ringinrejo Kediri 2002 - 2008
- b. SMPN 1 Kandat Kediri 2008 - 2011
- c. SMAN 1 Kandat Kediri 2011 – 2014
- d. Tercatat sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Karya Malang angkatan tahun 2014.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus atas Berkat dan Kasih Karunia-Nya yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi sebagai syarat untuk meraih gelar sarjana dengan judul **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN PADA SURYA MEGAH FASHION KEDIRI”**.

Penulis dalam kesempatan ini mengucapkan terima kasih atas bimbingan, dukungan, dan pengarahan serta semangat dari berbagai pihak dalam bentuk saran dan kritik, karena itu menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Rm. Albertus Herwanta O’Carm selaku Rektor Universitas Katolik Widya Karya Malang.
2. Ibu Dr. Dra M.A.F Suprapti., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Bapak Drs.Cornelius Niwadolo.M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu dan mengarahkan penelitian.
4. Ibu Dra. Anni Yudiastuti.M.P. selaku Dosen Pembimbing II dan Ketua jurusan manajemen yang telah banyak meluangkan waktu dan mengarahkan penelitian serta memberikan semangat dan dorongan.
5. Ibu Fanny Maria selaku pimpinan dan pemilik yang telah menerima dan membantu penulisan pada Surya Megah Fashion Kediri.
6. Teman-teman seangkatan manajemen 2014, terima kasih atas kebersamaan dan dukungan selama ini sehingga kita dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis memohon maaf apabila ada kesalahan dan kekurangan dalam skripsi ini serta mengharapkan saran dan kritik yang dapat membangun penulis. Akhirnya semoga Tuhan selalu memberikan anugerah serta berkat melimpah kepada semua pihak yang membantu, memberikan motivasi, membekali ilmu dan memberikan doa sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Malang,04 Juni 2018

Irene Dewi Sanjaya

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
BAB II. LANDASAN TEORI	
A. Penelitian Terdahulu	6
B. Tinjauan Pustaka	7
1. Pengertian Pemasaran	7
2. Konsep Pemasaran Holistik	8
3. Bauran Pemasaran	10
4. Perilaku Konsumen	26
C. Kerangka Pikir	31
D. Hipotesis Penelitian	32

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	33
B. Lokasi Penelitian	33
C. Ruang Lingkup	33
D. Populasi dan Sampel	33
E. Sumber Data	35
F. Jenis Data	36
G. Definisi Operasional	37
H. Metode Pengumpulan Data	38
I. Teknik Analisis Data	39

BAB IV. HASIL ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA

A. Hasil Penelitian	46
B. Gambaran Karakteristik Responden	51
1. Jenis Kelamin Responden	52
2. Tingkat Pendapatan Perbulan	53
3. Tingkat Usia Responden	54
C. Uji Validitas dan Reliabilitas	55
1. Uji Validitas	56
2. Uji Reabilitas	56
D. Diskripsi Persepsi Responden Terhadap Variabel Penelitian ...	57
E. Hasil Uji Asumsi Klasik	68
F. Analisis Regresi Linier Berganda	71
G. Hasil Pengujian Hipotesis	74

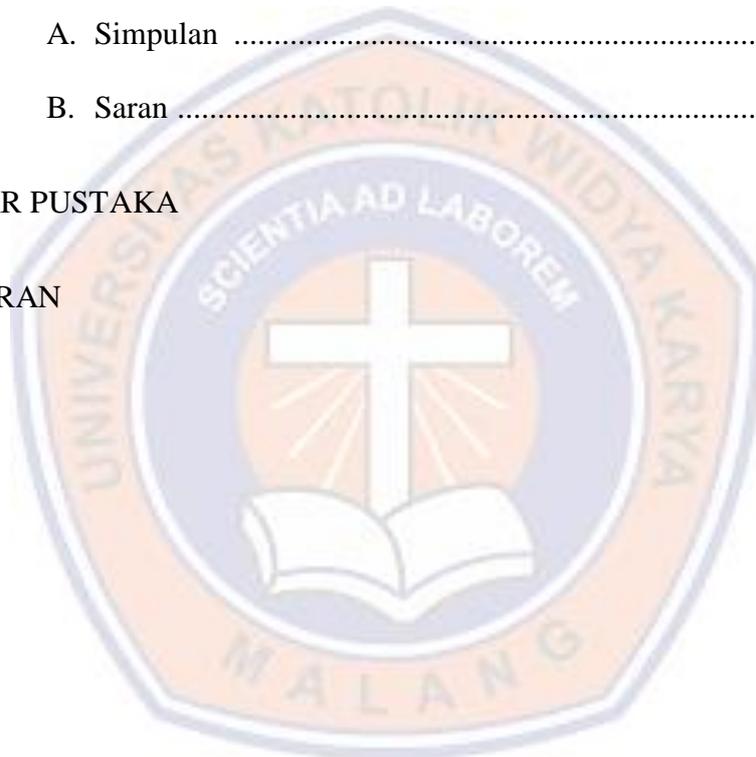
1. Hasil Uji F	74
2. Hasil Uji t	74
H. Penentuan Variabel Bebas Mempunyai Pengaruh Dominan	76
I. Pembahasan	77
J. Implikasi Hasil Penelitian	80

BAB V. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	82
B. Saran	83

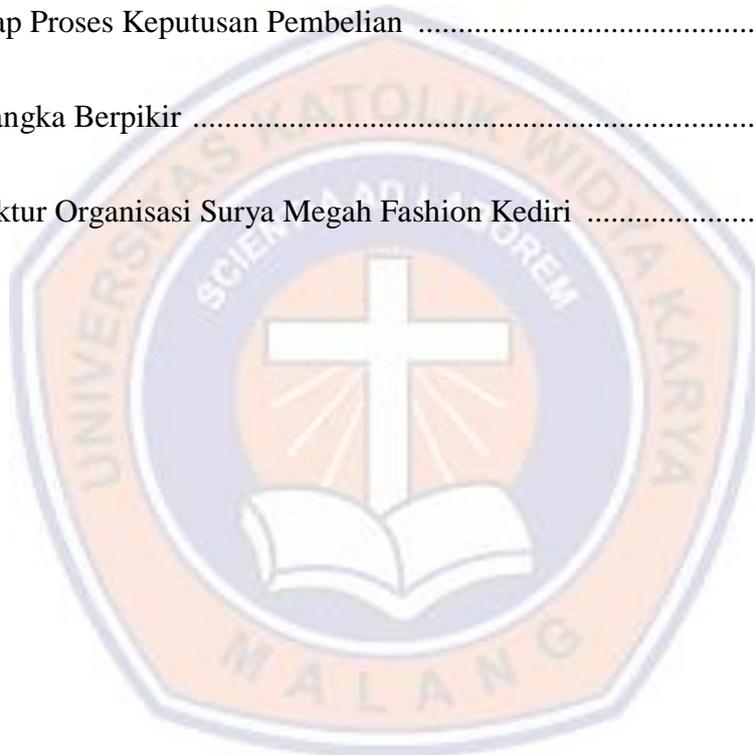
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1.1 Komponen Orientasi Pemasaran	8
1.2 4P Dalam Bauran Pemasaran	11
1.3 Tahap Proses Keputusan Pembelian	29
1.4 Kerangka Berpikir	31
4.1 Struktur Organisasi Surya Megah Fashion Kediri	49



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Definisi Operasional Variabel	37
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	53
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel	56
Tabel 4.5 Hasil Uji Realibilitas	57
Tabel 4.6 Diskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Produk (X1)	58
Tabel 4.7 Diskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Harga (X2)	60
Tabel 4.8 Diskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Tempat (X2)	62
Tabel 4.9 Diskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Promosi (X3)	64
Tabel 4.10 Diskripsi Jawaban Responden Tentang Keputusan Pembelian(Y) ..	66
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	69
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas	70
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	71
Tabel 4.14 Hasil Estimasi Pengaruh Variabel Lingkungan Produk, Harga, Tempat dan Promosi Terhadap Keputusan pembelian	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Daftar Pertanyaan
2. Skor Jawaban Responden
3. Hasil Distribusi Frekuensi
4. Hasil Uji Validitas
5. Hasil Uji Reliabilitas
6. Hasil Analisis Regresi Berganda



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PAKAIAN PADA SURYA MEGAH FASHION KEDIRI**

ABSTRAK

Kegiatan bauran pemasaran yang dilakukan perusahaan bertujuan untuk memengaruhi keputusan pembelian konsumen atas produk. Selain itu agar tujuan perusahaan dapat tercapai maksimal.

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui signifikansi pengaruh bauran pemasaran yang terdiri dari produk(X1), harga(X2), tempat(X3) dan promosi(X4) terhadap keputusan pembelian pakaian pada Surya Megah Fashion Kediri secara simultan dan parsial. 2) Untuk mengetahui bauran pemasaran yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian pakaian pada Surya Megah Fashion Kediri.

Jenis penelitian yang dilakukan ini adalah penelitian *explanatory*, populasinya dalam penelitian ini adalah konsumen yang datang langsung dan melakukan pembelian di Surya Megah Fashion Kediri pada saat penelitian. Sampel penelitian yaitu sebanyak 50 responden yang ditarik dengan metode *accidental sampling*. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda, uji hipotesis dilakukan dengan uji F, uji t dan sumbangan efektif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat dan promosi berpengaruh signifikan dan positif secara simultan dan parsial terhadap Keputusan Pembelian Pakaian pada Surya Megah Fashion Kediri: 2) Harga berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian pakaian pada Surya Megah Fashion Kediri.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran dan Keputusan Pembelian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini kemajuan perekonomian mendorong perkembangan dunia usaha semakin meningkat. Semakin majunya teknologi diberbagai bidang dan banyaknya produsen yang memproduksi barang yang sama antar produsen yang lain. Karena semakin banyaknya persaingan perusahaan harus cepat memikirkan dan menanggapi situasi bisnis sekarang. Perusahaan harus mampu bertahan hidup dan terus berkembang.

Terutama sangat dibutuhkan inovasi dan kreativitas agar usahanya dapat semakin berkembang pesat. Perusahaan dituntut dapat memberikan nilai kepuasan bagi pelanggan dengan kapasitas yang lebih besar daripada pesaing dan memperhatikan produknya harus dapat sesuai permintaan dan menarik perhatian dari pembeli.

Bauran pemasaran secara tak sadar membuat konsumen dipengaruhi untuk mendapatkan hal-hal yang baik dari produk perusahaan. Dengan demikian antara perusahaan dengan konsumen merasa puas dengan tercapainya hubungan yang berkeselimbangan antara kedua pihak. Apalagi gaya hidup konsumen sekarang sangat mengikuti zaman dan terkait dengan fashion yang bervariasi, sehingga perusahaan dituntut dapat menyediakan dan memenuhi keinginan konsumennya. Perusahaan harus dapat menetapkan strategi pemasaran produk dan yang utama harus membuat image perusahaan di

kalangan masyarakat bagus guna untuk membuat masyarakat percaya akan produk perusahaan dan masyarakat akan tetap mencari produk perusahaan. Setelah image perusahaan sudah banyak diketahui masyarakat, perusahaan harus melakukan strategi pemasarannya dan sistem manajemennya melalui kegiatan pemasaran perusahaan berusaha meningkatkan penjualan produknya. Target penjualan akan tercapai apabila perusahaan menetapkan harga yang dapat dijangkau oleh pasar sasarannya dan ditunjang oleh kegiatan promosi untuk memberikan informasi, sehingga konsumen akan selalu mengingat dan memilih produk perusahaan. Bauran pemasaran merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan pemasaran.

Keberhasilan dapat ditentukan dari beberapa variabel bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam situasi pasar yang ada. Perusahaan dapat mengembangkan kebijakan perusahaan melalui bauran pemasaran ini. Kotler dan Armstrong (2008:62) menyatakan bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran yang taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari semua hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk memengaruhi permintaan produknya yang dikelompokkan menjadi 4 variabel, yaitu : *Product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat) dan *promotion* (promosi). Demikian halnya dalam Surya Megah Fashion Kediri yang menggunakan bauran pemasaran dalam bidang usaha penjualan baju fashion.

Surya Megah Fashion Kediri adalah perusahaan yang menjual berbagai kebutuhan pakaian fashion seperti pakaian anak anak, seragam, pakaian remaja hingga dewasa, dan dalam upaya untuk memengaruhi konsumen dalam

melakukan pembelian produk maka menetapkan kebijakan-kebijakan yang terkait dengan kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan yaitu dengan memperhatikan produk dari desain produk, keragaman macam produk dan kualitas produk. Perusahaan juga perlu memperhatikan harga untuk bersaing dengan perusahaan lain yaitu memberi potongan harga, harga yang terjangkau, kesesuaian produk dengan manfaat dan kualitas. Perusahaan juga harus memperhatikan tempat yaitu tempat yang strategis yang dapat mudah dikunjungi konsumen, bersih, dan ketersediaan cabang. Perusahaan juga melakukan promosi yang melalui brosur, spanduk di jalan, informasi melalui website, dan diskon khusus pelanggan (*membercard*).

Kegiatan bauran pemasaran dilakukan oleh perusahaan bertujuan untuk memengaruhi keputusan pembelian konsumen atas produk sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai dengan maksimal. Berdasarkan hal-hal tersebut diatas maka perlu dilakukan penelitian dengan judul: Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian pada Surya Megah Fashion Kediri.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian maka perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana signifikansi pengaruh bauran pemasaran yang terdiri dari produk(X1), harga(X2), tempat(X3), promosi(X4) secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian pakaian pada Surya Megah Fashion Kediri?

2. Bauran pemasaran manakah yang berpengaruh dominan dalam keputusan pembelian pakaian pada Surya Megah Fashion Kediri?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan Perumusan masalah diatas maka diketahui tujuan dari penelitian adalah:

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh bauran pemasaran yang terdiri dari produk (X1), harga (X2), tempat (X3), promosi (X4) secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian pakaian pada Surya Megah Fashion Kediri.
- b. Untuk mengetahui bauran pemasaran yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian pakaian pada Surya Megah Fashion Kediri.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka diketahui manfaat dari penelitian adalah:

- a. Bagi Peneliti : Hasil dari penelitian dapat digunakan untuk menambah pengetahuan dan wawasan serta pengalaman mengenai tentang bauran pemasaran pada perusahaan yang diteliti.
- b. Bagi Perusahaan : Sebagai bahan masukan perusahaan dalam merencanakan dan pelaksanaan strategi pemasaran pada bauran pemasaran dalam usaha yang dijalankan agar minat konsumen lebih tinggi.

- c. Bagi Universitas : Hasil dari penelitian dapat dijadikan referensi dan masukan bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian dibidang pemasaran khususnya tentang bauran pemasaran.

