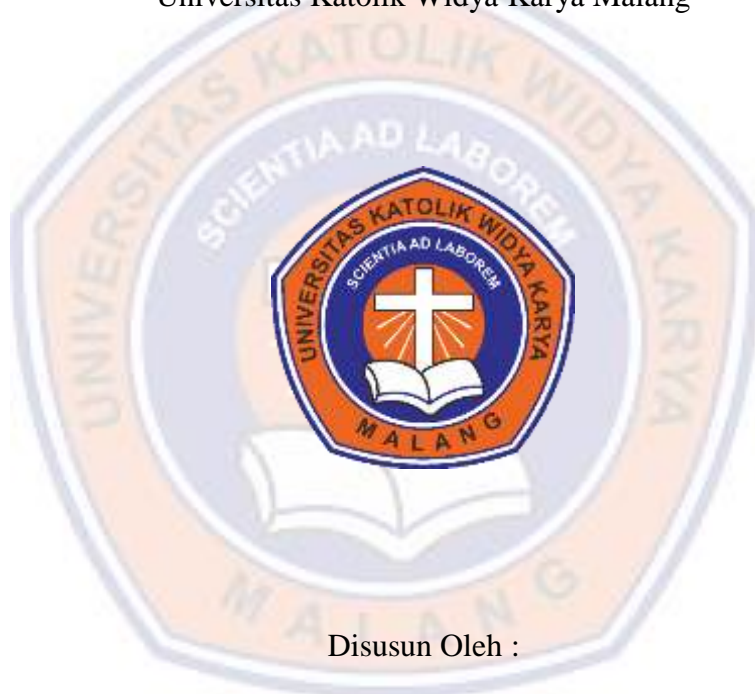


**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PAKAIAN PADA SURYA MEGAH FASHION**

**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 Suprapti., M.M  
NIDN : 0706016401

Mengetahui

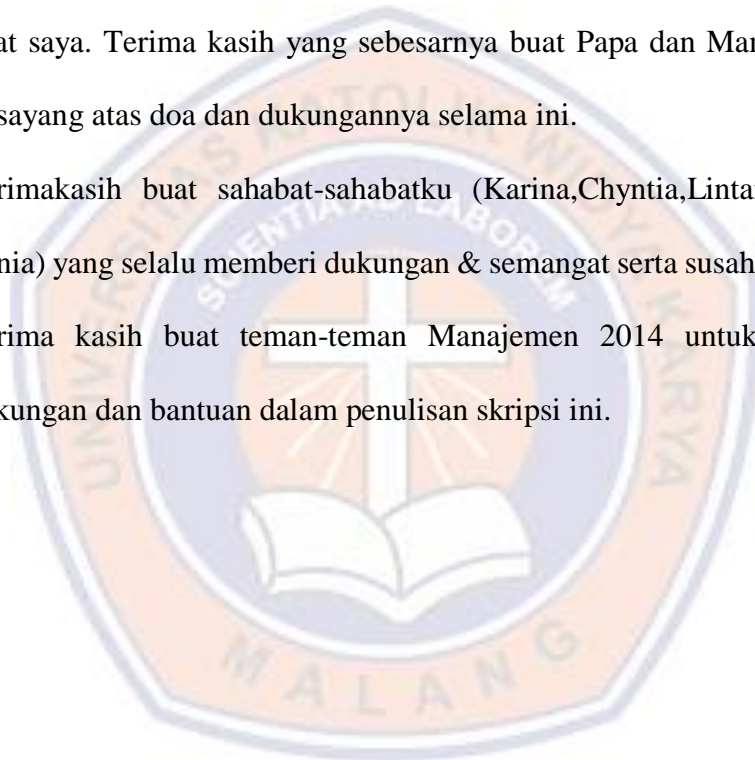


Ketua Jurusan Manajemen

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
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	3
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II. LANDASAN TEORI</b>	
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

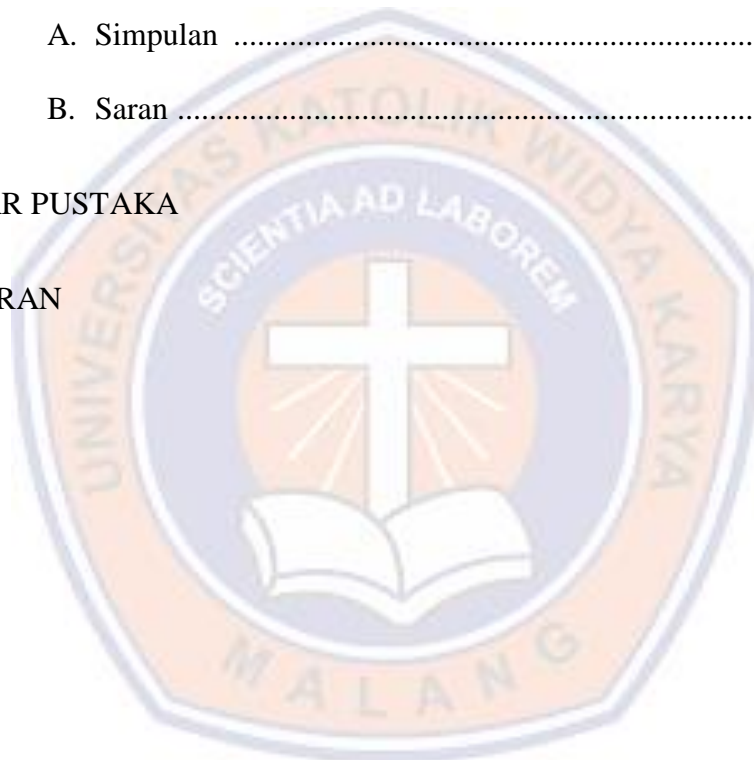
1. Hasil Uji F .....	74
2. Hasil Uji t .....	74
H. Penentuan Variabel Bebas Mempunyai Pengaruh Dominan ....	76
I. Pembahasan .....	77
J. Implikasi Hasil Penelitian .....	80

**BAB V. SIMPULAN DAN SARAN**

A. Simpulan .....	82
B. Saran .....	83

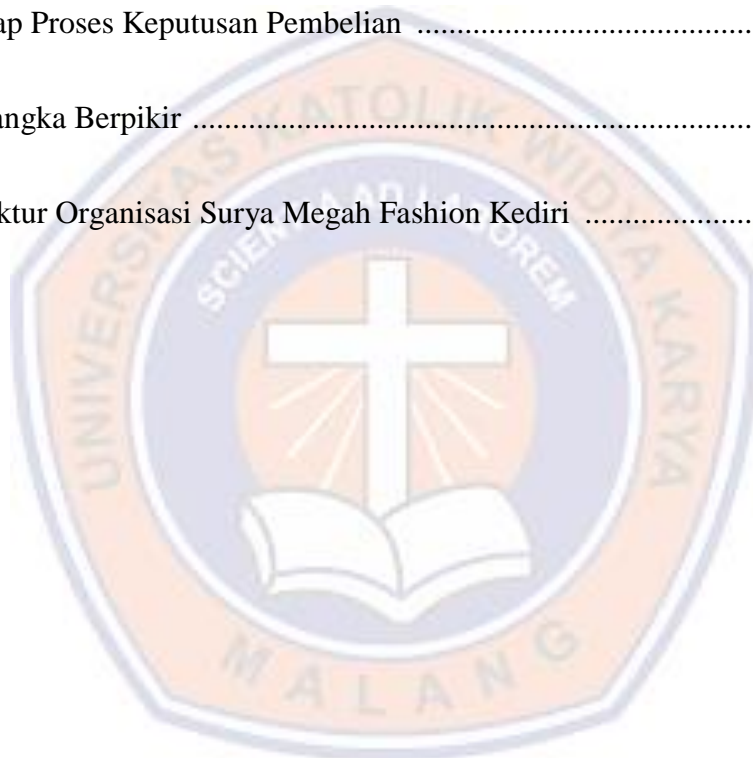
**DAFTAR PUSTAKA**

**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 sarannya 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.

