

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*Marketing Mix*) TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK FASHION DI REALIZM KOTA MALANG**

SKRIPSI

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



DISUSUN OLEH :

PHILIPUS SHABANA PANDU DEO MANGGALA

201711035

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PRODI MANAJEMEN

2021

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : PHILIPUS SHABANA PANDU DEO MANGGALA
NIM : 201711035
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya
Fakultas : Ekonomidan Bisnis
Prodi : Manajemen
Judul : PENGARUH BAURAN PEMASARAN (MARKETINGMIX)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION DI REALIZM KOTA
MALANG

Malang,10 Juli2021

DITERIMA DAN DISETUJUI:

PembimbingI

Dra. Anni Yudiastuti, MP

NIDN.0701056401

PembimbingII

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

NIDN.0724018601

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dra. Anni Yudiastuti, MP

NIDN.0701056401

Ketua Program Studi Manajemen

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

NIDN.0724018601

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul:

PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION DIREALIZM KOTA MALANG

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : PHILIPUS SHABANA PANDU DEO MANGGALA

NIM : 201711035

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal 10-Juli-2021 dan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu (S1)

Disahkan oleh :

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Katolik Widya Karya Malang


Dra. Anni Yudiastuti, M.P., N

IDN:0701056401

DEWAN PENGUJI

TANDATANGAN

1. Dra. Anni Yudiastuti.


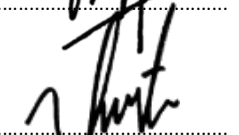
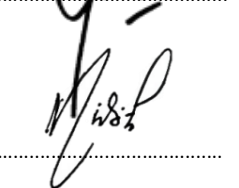
M.P. NIDN:0701056401

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

NIDN:0724018601

3. Drs. Cornelius Niwadolo, M.M.N

IDK:8887223419


.....

.....

.....

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul Pengaruh Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Realizm Kota Malang merupakan karya asli dari:

Nama : PHILIPUS SHABANA PANDU DEO M

NIM : 201711035

Fakultas :Ekonomi dan Bisnis

Prodi :Manajemen

Universitas :Universitas Katolik Widya Karya Malang

Telah dideteksi tingkat plagiasinya secara online menggunakan Turnitin Plagiarism Checker dan sudah memenuhi kriteria toleransi yaitu sebesar $\leq 30\%$ (surat keterangan bebas 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,14 Juni202

DITERIMA DAN DISETUJUI:

PembimbingI



Dra. Anni Yudiastuti, MP

NIDN.0701056401

PembimbingII



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

NIDN.0724018601

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dra. Anni Yudiastuti, MP

NIDN.199002210015

Ketua Program Studi Manajemen



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

NIDN.201501210078



Realizm87 Office : Jl. Soekarno Hatta A6 - Malang - Jawa Timur 65141 (0341- 488123)

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

001/R87/VII/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Syifaul Mubin
Jabatan : Admin Barang /Distribusi

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Philipus Shabana Pandu Deo Manggala
NIM : 201711035
Program Studi : Ekonomi/Manajemen
Asal Universitas : Universitas Widya Karya Malang
Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Realizm87 Di Kota Malang

Adalah benar telah melakukan penelitian dalam rangka penulisan skripsi .

Demikian Surat Keterangan ini dibuat agar digunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 25 Juli 2021



Muhammad Syifaul Mubin

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Terimakasih kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat rahmat, anugerah, dan kasih karunia yang penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
2. Terimakasih kepada Papa Petrus Rimba Cahyono dan Mama Dhirgarini Yuliasuti yang selalu memberikan dukungan dan motivasi agar saya tetap bersemangat dan terus berjuang dan selalu mendoakan untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Terimakasih kepada adik Marrys Rosari Ratu Manggala dan Cornell Raja Manggala yang selalu menyemangati dan memotivasi sehingga skripsi dapat selesai tepat waktu.
4. Terimakasih kepada semua keluarga (om, tante, dll) yang turut mendukung dan memotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Terimakasih kepada seluruh Mahasiswa/I angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen yang selalu memberikan dukungan, bantuan, dan memotivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : PHILIPUS SHABANA PANDU DEO MANGGALA
N I M : 201711035
Universitas : Universitas KatolikWidyaKarya Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Prodi : Manajemen
Tempat, tanggalahir : Blitar, 21 Maret 1999
Alamat : Jl. Ikan Nus Timur No 52, RT 01, RW 02, KelurahanTunjungsekar,
KecamatanLowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur
Nama orang tua (ayah) : Petrus Rimba Cahyono
(Ibu) : R.A.S DhirgariniYuliasuti
Riwayat Pendidikan :
1. SDK Marsudisiwi Malang (2005 - 2011)
2. SMPK FrateranCelaket 21 Malang (2011 - 2014)
3. SMAK FrateranCelaket 21 Malang (2014 2017)
4. Universitas KatolikWidyaKarya Malang (2017 - 2021)

KATA PENGANTAR

Segala puji serta syukur bagi Allah di tempat yang Maha Tinggi atas segala rahmat dan berkat-Nya ,sehingga bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*Marketing Mix*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION DI REALIZM KOTA MALANG” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Karya Malang.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupu spiritual. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dra. Anni Yudiastuti, M.P Selaku Pembimbing satu Sekaligus Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Karya Malang.
2. J.Vicka Bayu Wardhani, S.Pd.,M.SM. Selaku Kaprodi Sekaligus Pembimbing dua Manajemen Universitas Katolik Widya Karya Malang.
3. Seluruh jajaran Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Karya Malang .
4. Seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.
5. Pimpinan Realzm Kota Malang yang telah memberikan izin penelitian dan membantu kelancaran penelitian ini.

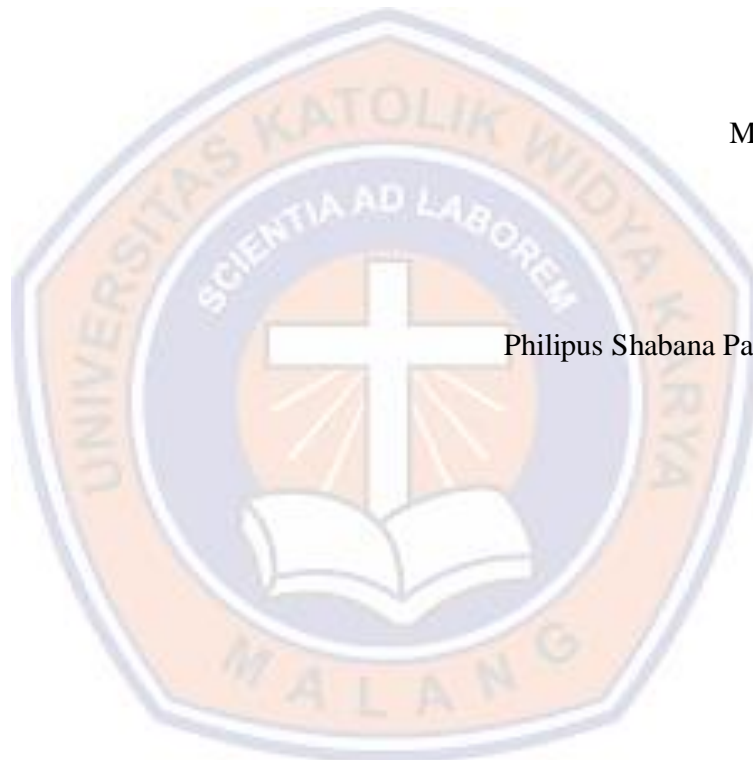
PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang manajemen sumber daya manusia.

Akhirnya besar harapan peneliti agar laporan ini dapat bermanfaat, khususnya bagi diri-sendiri dan umumnya khalayak luas

Malang, 10 Juli 2021



Philipus Shabana Pandu Deo Manggala

DAFTAR ISI

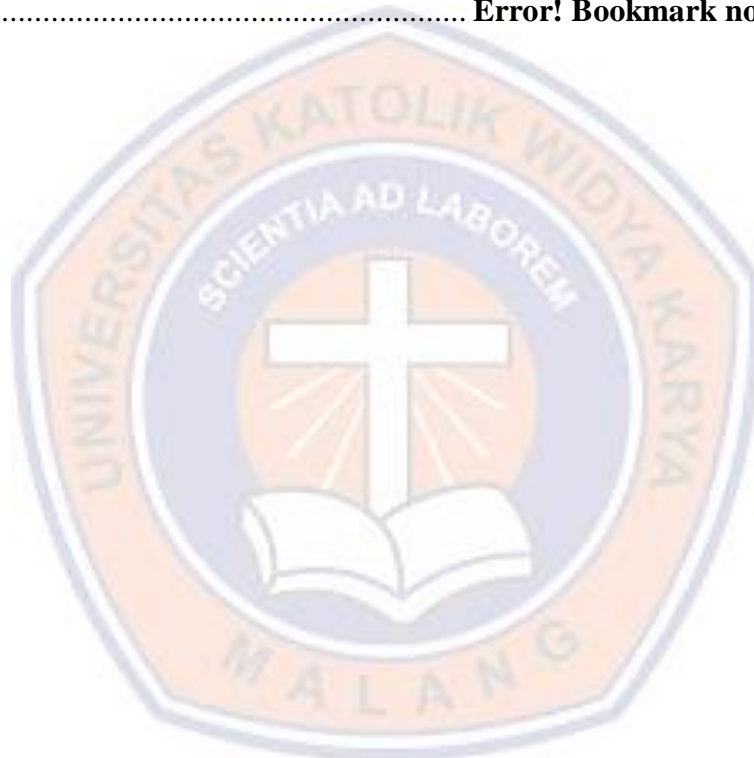
HALAMAN JUDUL	1
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.
UCAPAN TERIMA KASIH.....	6
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	7
KATA PENGANTAR	8
DAFTAR ISI.....	10
DAFTAR GAMBAR.....	13
DAFTAR TABEL	14
ABSTRAK.....	15
BAB IPENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
B. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1. Tujuan Penelitian :	Error! Bookmark not defined.
2. Manfaat Penelitian :	Error! Bookmark not defined.
BAB IILANDASAN TEORI.....	Error! Bookmark not defined.
A. Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
B. Tinjauan Pustaka.....	Error! Bookmark not defined.
1. Pengertian <i>Marketing Mix</i>	Error! Bookmark not defined.
2. Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
C. Kerangka Pikir.....	Error! Bookmark not defined.
D. Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IIIMETODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Jenis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
B. Lokasi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
C. Ruang Lingkup Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	Error! Bookmark not defined.
1. Populasi	Error! Bookmark not defined.
2. Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3. Teknik Sampling.....	Error! Bookmark not defined.

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

E. Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
1. Data Primer.....	Error! Bookmark not defined.
2. Data Sekunder	Error! Bookmark not defined.
F. Jenis Data.....	Error! Bookmark not defined.
1. Data Kualitatif	Error! Bookmark not defined.
2. Data Kuantitatif	Error! Bookmark not defined.
G. Definisi Operasional.....	Error! Bookmark not defined.
H. Metode Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
1. Kuisisioner.....	Error! Bookmark not defined.
2. Wawancara.....	Error! Bookmark not defined.
3. Dokumentasi.....	Error! Bookmark not defined.
G. Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
1. Uji Instrumen	Error! Bookmark not defined.
2. Pengujian Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
3. Analisis Regresi linear Berganda	Error! Bookmark not defined.
BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA ..	Error! Bookmark not defined.
A. Gambaran Umum Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
1. Sejarah.....	Error! Bookmark not defined.
2. Visi dan Misi	Error! Bookmark not defined.
3. Struktur Organisasi Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
B. Gambaran Umum dari Responden Penelitian	Error! Bookmark not defined.
C. Penyajian Data Hasil Perolehan Kuisisioner.	Error! Bookmark not defined.
1. Produksi (X1).....	Error! Bookmark not defined.
2. Harga (X2).....	Error! Bookmark not defined.
3. Tempat (X3).....	Error! Bookmark not defined.
4. Promosi (X4).....	Error! Bookmark not defined.
5. Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	Error! Bookmark not defined.
D. Analisis Data dan Interpretasi.....	Error! Bookmark not defined.
1. Uji Instrumen	Error! Bookmark not defined.
2. Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
3. Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
5. Analisis Regresi Linier Berganda	Error! Bookmark not defined.
6. Uji Variabel Dominan	Error! Bookmark not defined.

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

E. Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
1. Pembahasan hasil analisis hipotesis pertama	Error! Bookmark not defined.
2. Pembahasan hasil analisis hipotesis kedua	Error! Bookmark not defined.
3. Pembahasan Hipotesis Ketiga	Error! Bookmark not defined.
F. Implikasi Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB VPENUTUP.....	Error! Bookmark not defined.
A. Simpulan	Error! Bookmark not defined.
B. Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangkaberfikir 24
Gambar 4. 1 Strukturorganisasi perusahaan. 43
Gambar 4. 2 Uji heteroskedastisitas..... 88



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitianterdahulu	6
Tabel 3. 1 Definisioperasionalvariabel	29
Tabel 4. 1 Jeniskelaminresponden	47
Tabel 4. 2 Usia	47
Tabel 4. 3 Pendidikan terakhir	48
Tabel 4. 5 DeskripsiRespondenVariabelProduk (X1)	49
Tabel 4. 6 DeskripsiRespondenVariabel Harga(X2)	51
Tabel 4. 7 DeskripsiRespondenVariabelTempat (X3)	53
Tabel 4. 8 DeskripsiRespondenVariabelPromosi (X4).....	55
Tabel 4. 9 DeskripsiRespondenVariabel Keputusan Pembelian (Y)	58
Tabel 4. 8 Hasil Uji ValiditasProduk (X1)	61
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Harga (X2)	61
Tabel 4. 9 Hasil Uji ValiditasTempat (X3).....	62
Tabel 4. 9 Hasil Uji ValiditasPromosi (X4).....	62
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	63
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas	65
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolonieritas	66
Tabel 4. 14 Uji Heteroskedastisitas.....	68
Tabel 4. 15 Uji F	69
Tabel 4. 16 Uji T	70
Tabel 4. 17 Uji Determinasi	72
Tabel 4. 18 KoefisienRegresi.....	73
Tabel 4. 19 Uji Dominan.....	75

PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*Marketing Mix*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION DI REALZM KOTA MALANG

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar *Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Keputusan Pembelian*. Didalam penelitian ini, kita akan semakin tau bahwa dalam sebuah transaksi seseorang pastinya akan melibatkan sebuah keputusan yaitu keputusan dalam pembelian. Sebelum memutuskan untuk membeli, tentunya konsumen pasti memerhatikan beberapa hal dari produk yang ingin dibeli , dan beberapa hal itu antara lain *Produk, Price, Place, Promotion*. 4 komponen ini sangat berpengaruh ,sehingga Realzm sebagai penyedia barang atau produk tentunya memikirkan strategi dalam pemasaran yang mengikut sertakan 4 komponen tersebut agar dapat diketahui dan dipahami masing-masing konsumen yang berkunjung, atau berbelanja di Toko Realzm.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui signifikansi Produk (X1), Harga (X2), Tempat (X3), dan Promosi (X4) secara simultan , parsial serta bentuk pengaruh bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang paling dominan terhadap keputusan pembelian pada Produk Fashion Realzm di Kota Malang

