

**ANALISIS HUBUNGAN BAURAN PEMASARAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM
PADA BAND INDIE SILVERSHINING
(Studi Kasus pada lokasi Duren Sawit)**

SKRIPSI

OLEH :

**JUNIUS FERNANDO
NPK : 21090150**



SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN

PERSYARATAN MENJADI SARJANA EKONOMI

**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2015**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus atas karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini penulis sampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Drs. Iskandar Z. Alwi, MM. Atas waktu dan kesabaran yang telah diberikan dalam membimbing pembuatan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
3. Bapak Drs. Budiono, MSc selaku Ketua Jurusan Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
4. Bapak Drs. Sumitro, MSc selaku Sekretaris Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
5. Bapak H. Agustian Burdah, BSBA, MBA, selaku Ketua Yayasan Pendidikan Fatahillah Jakarta.
6. Segenap dosen di Program Studi S-1 Manajemen, STEI, atas ilmu yang telah diberikan selama penulis menyelesaikan studi.
7. Manajemen indie label Silvershining yang telah membantu dan berpartisipasi dalam penelitian yang telah dilakukan penulis.
8. Papa dan Mama yang selalu memberikan cinta kasih, doa dan dukungannya selama ini baik moral maupun materil.

9. Keluarga besar Ompu Salomo Manik, yang gk habis-habis nya mendukung baik sengaja maupun tidak sengaja terutama Bapak tua, Abang, dan Kakak.
10. Keluarga besar Ompu Marbun, yang selalu mendukung.
11. Rezvani Khamila yang telah membantu pembuatan skripsi dan waktu luangnya dan memberi semangat.
12. Kepada Zali, Wyra yang telah membantu atas info-info nya.
13. My Best Friend Sam,Ika yang telah membantu gw.Terimakasih
14. Teman-teman kelas C S1 Manajemen.
15. Teman-teman UKM SENI BUDAYA yang telah membantu baik senior maupun teman seangkatan, We are family.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa skripsi yang dibuat ini jauh dari kesempurnaan mengingat keterbatasan informasi, ilmu, dan pengalaman penulis. Oleh karena itu kritik dan saran yang sifatnya membangun akan sangat penulis hargai. Penulis persembahkan skripsi ini dengan harapan semoga bermanfaat adanya.

Jakarta, 2 September 2015

Junius Fernando

NPK 21090150

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

ANALISIS HUBUNGAN BAURAN PEMASARAN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM PADA BAND INDIE SILVERSHINING (Studi kasus pada wilayah Duren Sawit, Jakarta timur)

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 2 September 2015



JUNIUS FERNANDO

NPK 21090150

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Sripsi dengan judul :

**ANALISIS HUBUNGAN BAURAN PEMASARAN
DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM PADA
BAND INDIE SILVERSHINING
(Studi kasus pada wilayah Duren Sawit, Jakarta timur)**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Sripsi ini ditulis dibawah bimbingan Drs. Iskandar Z. Alwi, MM dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Jakarta, 2 September 2015

Menyetujui

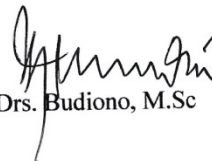
Dosen Pembimbing,



Drs. Iskandar Z. Alwi, MM

Mengetahui

Kepala Program Studi S-1Manajemen



Drs. Budiono, M.Sc




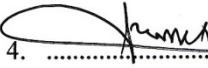

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

**ANALISIS HUBUNGAN BAURAN PEMASARAN DENGAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN ALBUM PADA BAND INDIE SILVERSHINING
(Studi kasus pada wilayah Duren Sawit, Jakarta timur)**

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), pada tanggal 16 September 2015 dengan nilai **B**

Panitia Ujian Skripsi

1.  ; Drs. Budiono, MSc (Ketua Program S-1 Manajemen)
2.  ; Drs. Sumitro, MSc (Sekretaris Program S-1 Manajemen)
3.  ; Drs. Iskandar Z. Alwi, MM (Dosen Pembimbing)
4.  ; Drs. Sumitro, MSc (Anggota Penguji)
5.  ; Drs. Sudarmadji, MSc (Anggota Penguji)

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL DALAM	i
PERNYATAAN KEASLIAAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PANITIA PENGUJI SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Masalah Penelitian	1
1.1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.1.2. Perumusan Masalah Pokok	3
1.1.3. Spesifikasi Pokok Masalah	3
1.2. Kerangka Teori	4
1.2.1. Identifikasi Variabel-variabel Penelitian	4
1.2.2. Uraian Konseptual Tentang Variabel	5
1.2.3. Hipotesis Penelitian	6
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
1.3.1. Tujuan Penelitian	6
1.3.2. Kegunaan Penelitian	6
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	8
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	8
2.2. Landasan Teori	11

2.2.1. Manajemen Pemasaran	11
2.2.2. Pengertian Bauran Pemasaran	13
2.2.3. Unsur-unsur Bauran Pemasaran	14
2.2.4. Pengertian Keputusan Pembelian	19
2.3. Hubungan Antar Variabel Penelitian	22
2.3.1. Produk dengan Keputusan pembelian	22
2.3.2. Harga dengan Keputusan Pembelian	22
2.3.3. Promosi dengan Keputusan Pembelian	22
BAB III PROSEDUR PENELITIAN	23
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	23
3.2. Stategi Dan Metoda Penelitian	23
3.2.1. Strategi penelitian	23
3.2.2. Metode Penelitian	23
3.3. Populasi Dan Sampel Penelitian	24
3.3.1. Populasi Peneltian	24
3.3.2. Sampel Penelitian	24
3.4. Unit-unit Analisis Penelitian	25
3.5. Metoda Pengumpulan Data	25
Instrumen Pengumpulan Data	26
3.6.1. Pengujian instrumen penelitian	29
3.7. Metode Analisis Data	31
3.7.1. Pengolahan Data	31
3.7.2. Metoda Penyajian Data	31
3.7.3. Analisis Statistik Data	32
BAB IV. HASIL PENELITIAN	36
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian	36
4.1.1 Sejarah Berdirinya Band Silvershining	36
4.1.2 Event yang telah diikuti band Silvershining	37
4.1.2 Visi dan Misi Silvershining	38

4.2. Deskripsi Responden	38
4.3. Deskripsi Data Penelitian	39
4.4. Hasil pengujian Instrumen Penelitian.....	40
4.4.1. Uji Validitas	40
4.4.2. Uji Realibilitas	43
4.5. Analisis Statistik Data	44
4.5.1. Analisis Koefisien Korelasi Berganda	44
4.5.2. Pengujian hipotesis secara Parsial dan Berganda	44
BAB V. KESIMPULAN	48
5.1. Kesimpulan.....	48
5.2. Saran	49
DAFTAR KUTIPAN	50
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	55

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Hipotesis statistic	37
Tabel 3.1. Nilai Pernyataan dan Bobot	26
Tabel 3.2 Indikator-indikator variabel Bauran Pemasaran dan Keputusan Pembelian.....	27
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi	35
Tabel 4.1. Validitas Instrumen per Butir untuk Produk (X_1)	41
Tabel 4.2. Validitas Instrumen per Butir untuk Harga (X_2)	42
Tabel 4.3. Validitas Instrumen per Butir untuk Promosi (X_3).....	42
Tabel 4.4. Validitas Instrumen per Butir untuk Keputusan Pembelian (Y).....	43
Tabel 4.5. Uji Reliabilitas untuk variabel Produk (X_1), Harga (X_2), dan Promosi (X_3) dengan Keputusan Pembelian (Y).....	44
Tabel 4.6. Koefisien Korelasi Berganda	44
Tabel 4.7. Pengujian Hipotesis antara Produk (X_1), Harga (X_2), dan Promosi (X_3) dengan Keputusan Pembelian.....	45
Tabel 4.8. Pengujian antara Produk, Harga, dan Promosi dengan Keputusan Pembelian.....	46

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1. Diagram Skala Likert Variabel Produk.....	39
Gambar 4.2. Diagram Skala Likert Variabel Harga	39
Gambar 4.3. Diagram Skala Likert Variabel Promosi.....	40
Gambar 4.4. Diagram Skala Likert Variabel Keputusan Pembelian	40

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Daftar pertanyaan atau kuisioner	57
Skor untuk Variabel Produk (X1)	61
Skor untuk Variabel Harga (X2).....	63
Skor untuk Variabel Promosi (X3)	65
Skor untuk Variabel Keputusan Pembelian (Y)	67
Validitas Variabel Produk (X1)	69
Reabilitas Variabel Produk (X1).....	69
Validitas Variabel Harga (X2).....	70
Reabilitas Variabel Harga (X2)	70
Validitas Variabel Promosi (X3)	71
Reabilitas Variabel Promosi (X3).....	72
Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	73
Reabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	73
Korelasi secara Parsial dan Berganda	74
Flyer Event.....	77
Lembar Konsultasi Bimbingan	78
Surat keterangan kerja praktek	79
Daftar Riwayat Hidup	80

