

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Kasus di Galeri Sinar Mas Jakarta)

SKRIPSI

LARAS OKTAVIA

21170000288



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2021**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus di Galeri Sinar Mas Jakarta)**

SKRIPSI

LARAS OKTAVIA

21170000288



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus di Galeri Sinar Mas)

Yang disusun guna melengkapi sebagai syarat menjadi Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta adalah benar – benar hasil karya sendiri. Kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada instansi mana pun, dan bukan hasil karya duplikat dan plagiasi. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun dan bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan tidak benar.

Jakarta, 15 Juli 2021



LARAS OKTAVIA

NPM 21170000288

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus di Galeri Sinar Mas Jakarta)

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Drs Yusuf Suhardi, M.Si., MM. dan diketahui oleh Kepala Program Studi Strata 1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 15 Juli 2021

Pembimbing



Drs Yusuf Suhardi, M.Si., MM

Kepala Program Studi S-1



Muhammad Ramaditya BBA., M.sc

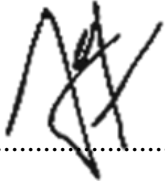
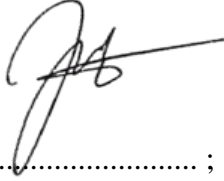
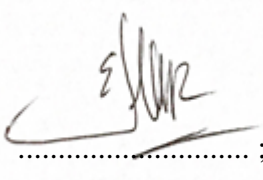
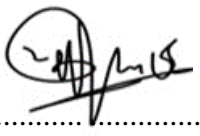
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus di Galeri Sinar Mas Jakarta)

Telah diuji dalam suatu sidang karya ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi Strata 1 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 15 Juli 2021 dengan nilai A.

Panitia Ujian skripsi :

1.  ; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.
(Kepala Program Studi Strata 1 Manajemen)
2.  ; Drs Yusuf Suhardi, M.Si., MM
(Pembimbing)
3.  ; Dr. Engkur, S.IP., ME.
(Penguji)
4.  ; Joko Bagio Santoso, SE., MM
(Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat rahmat dan karuniaNya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

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

1. Drs. Yusuf Suhardi, M.Si., MM selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Engkur, S.IP., ME dan Bapak Joko Bagio Santoso, SE., MM selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
4. Bapak Dr. Anhar , M.Sc., SE., Ak., CA selaku Kepala Departmen Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
5. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc., selaku Kepala Program Studi Star1 Manajemen.
6. Pihak Galeri Sinar Mas yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan.
7. Untuk diri saya sendiri yang selalu berusaha dan berjuang untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Sangat berterima kasih terhadap ayah dan ibu, Abdul Latif dan Sunarni yang sangat saya hormati dan cintai. Selalu membantu dan mendukung

saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Serta kakak dan adik saya, Nur Layinah dan Latvia Salsabila yang selalu mendengarkan keluh kesah saya dalam mengerjakan bimbingan ini.

9. Sahabat saya selama saya mengemban studi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yaitu Risma, Singse, Tia, Hera, Putri, Della, Lani, Astrie, Eva, Novalin yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini .
10. Teman kerja saya yang telah sangat membantu dan mengerti bahwa saya sering izin kerja untuk keperluan skripsi.
11. Seluruh pihak yang telah membantu dan mempermudah saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan karya ilmiah ini.

Jakarta, 15 Juli 2021



LARAS OKTAVIA

NPM 21170000288

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : LARAS OKTAVIA
NPM : 21170000288
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demikian demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty- Free Right*) atas Karya Ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus di Galeri Sinar Mas Jakarta)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 15 Juli 2021

Yang menyatakan,



Laras Oktavia

<p>Laras Oktavia 21170000288 Program Studi S1 Manajemen</p>	<p>Dosen Pembimbing : Drs. Yusuf Suhardi, M.Si., MM</p>
<p style="text-align: center;">PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus di Galeri Sinar Mas Jakarta)</p>	
<p style="text-align: center;">ABSTRAK</p> <p>Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengetahui pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, lokasi dan promosi) terhadap keputusan pembelian pada Galeri Sinar Mas Jakarta.</p> <p>Penelitian menggunakan startegi penelitian kuantitatif asosiatif. Populasi yaitu seluruh konsumen Galeri Sinar Mas. Dengan sampel penelitian sebanyak 97 responden dari konsumen Galeri Sinar Mas. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik <i>Non Probality Sampling</i> dengan metode <i>Accidental Sampling</i>. Analisis statistik menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 24.0.</p> <p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, variabel promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan bauran pemasaran berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.</p>	
<p style="text-align: center;">Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Produk, Harga, Tempat, Promosi, Keputusan Pembelian</p>	

Laras Oktavia

21170000288

Program Studi S1 Manajemen

Dosen Pembimbing :

Drs. Yusuf Suhardi, M.Si., MM

**THE INFLUENCE OF THE MARKETING MIX ON PURCHASE
DECISIONS**

(Case Studies at Galeri Sinar Mas Jakarta)

ABSTRACT

This study aims to examine and determine the effect of the marketing mix (product, price, location, and promotion) on purchasing decisions at Galeri Sinar Mas Jakarta.

The study used an associative quantitative research strategy. The population is all consumers of Galeri Sinar Mas. With a research sample of 97 respondents from Galeri Sinar Mas consumers. The sampling technique used was the Non-Probability Sampling technique with the Accidental Sampling method. Statistical analysis using multiple linear regression analysis with the help of SPSS version 24.0.

The results showed that the product variable had a positive and significant effect on purchasing decisions, the price variable had a positive and significant effect on purchasing decisions, the location variable had no and no significant effect on purchasing decisions, and the promotion variable had a positive and significant effect on purchasing decisions. And the marketing mix has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords : *Marketing Mix, Product, Price, Place, Promotion and Purchasing Decisions.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK	vii
ASBTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.2 Landasan Teori.....	11
2.2.1 Pemasaran.....	11
2.2.2 Bauran Pemasaran	12
2.2.3 Pengertian Produk.....	13
2.2.4 Pengertian Harga	16
2.2.5 Pengertian Lokasi	18
2.2.6 Pengertian Promosi.....	19
2.2.7 Keputusan Pembelian	22
2.3 Hubungan Antar Variabel	27
2.3.1 Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.3.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	27

2.3.3	Pengaruh Tempat Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.3.4	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.4	Pengembangan Hipotesis	29
2.5	Kerangka Konseptual	30
BAB III	METODA PENELITIAN	32
3.1	Strategi Penelitian	32
3.2	Populasi dan Sampel.....	33
3.1	Populasi Penelitian	33
3.2	Sampel Penelitian	33
3.3	Data dan Metoda Pengambilan Data.....	34
3.4	Operasionalisasi Variabel.....	37
3.5	Metoda Analisis Data.....	39
3.5.1	Uji Kualitas Data	40
3.5.1.1	Uji Validitas.....	40
3.5.1.2	Uji Reliabilitas.....	40
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	41
3.5.2.1	Uji Normalitas	41
3.5.2.2	Uji Multikolinearitas.....	42
3.5.2.3	Uji Heterokedastisitas.....	42
3.5.3	Uji Hipotesis	43
3.5.3.1	Uji Parsial (Uji t)	43
3.5.3.2	Uji Simultan (Uji F).....	44
3.5.4	Uji Koefisien Determinasi Parsial (R^2)	45
3.5.4.1	Koefisien Determinasi (r^2).....	45
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	47
4.1.1	Struktur Organisasi Galeri Sinar Mas.....	48
4.2	Deskripsi Responden.....	49
4.3	Deskripsi Data.....	50
4.4	Metoda Analisis Data.....	53
4.4.1	Uji Kualitas Data	53
4.4.1.1	Uji Validitas.....	53
4.4.1.2	Uji Reliabilitas.....	57

4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	58
4.4.3 Uji Hipotesis	62
4.4.4 Uji Koefisien Determinasi Parsial (R^2).....	65
4.5 Temuan Hasil Penelitian.....	68
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1 Simpulan	71
5.2 Saran.....	72
5.3 Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian.....	72
5.3.1 Keterbatasan Penelitian	72
5.3.2 Pengembangan Penelitian Selanjutnya.....	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Hasil Penjualan Tahunan Galeri Sinarmas.....	5
Tabel 3. 1 Pemberian Skor untuk Jawaban Kuesioner.....	37
Tabel 3. 2 Indikator dan Sub Indikator Variabel Penelitian.....	38
Tabel 4. 1 Produk yang dijual Galeri Sinarmas	48
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4. 4 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
Tabel 4. 5 Validitas Instrumen Per Butir untuk variabel Produk (X1)	54
Tabel 4. 6 Validitas Instrumen Per Butir untuk variabel Harga (X2)	55
Tabel 4. 7 Validitas Instrumen Per Butir untuk variabel Harga (X3)	55
Tabel 4. 8 Validitas Instrumen Per Butir untuk variabel Promosi (X4).....	56
Tabel 4. 9 Validitas Instrumen Per Butir untuk Keputusan Pembelian (Y)	56
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Produk, Harga, Lokasi dan Keputusan Pembelian	57
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas Komogorov-Smirnov	59
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Secara Parsial	62
Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Secara Simultan.....	64
Tabel 4. 15 Koefisien Determinasi Parsial X1 terhadap Y	65
Tabel 4. 16 Koefisien Determinasi Parsial X2 terhadap Y	65
Tabel 4. 17 Koefisien Determinasi Parsial X3 terhadap Y	66
Tabel 4. 18 Koefisien Determinasi Parsial X4 terhadap Y	67
Tabel 4. 19 Hasil Koefisien Determinasi Berganda.....	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Proses Keputusan Pembelian	23
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual	31
Gambar 4. 1 Diagram Skala Likert Variabel Produk (X1)	50
Gambar 4. 2 Diagram Skala Likert Variabel Harga (X2)	51
Gambar 4. 3 Diagram Skala Likert Variabel Promosi (X3).....	52
Gambar 4. 4 Diagram Skala Likert Variabel Promosi (X4).....	52
Gambar 4. 5 Diagram Skala Likert Variabel Keputusan Pembelian (Y)	53
Gambar 4. 6 Hasil Uji Normalitas	59
Gambar 4. 7 Hasil Uji Heterokedastisitas	61

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	76
Lampiran 2. Tabulasi Variabel Produk (X2)	80
Lampiran 3. Tabulasi Variabel Harga (X2)	83
Lampiran 4. Tabulasi Variabel Lokasi (X3)	86
Lampiran 5. Tabulasi Variabel Promosi (X4).....	89
Lampiran 6. Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	92
Lampiran 7. Karakteristik Responden	95
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Variabel Produk (X1)	96
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2)	97
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X3)	98
Lampiran 11. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X4).....	99
Lampiran 12. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	100
Lampiran 13. Hasil Uji Reliabilitas	102
Lampiran 14. Surat Keterangan Riset	103
Lampiran 15. Daftar Riwayat Hidup.....	104