

**PENGARUH *MARKETING MIX* (PRODUK, HARGA, LOKASI,
DAN PROMOSI) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA INDOMARET *DRIVE THRU* TOMANG 41**

SKRIPSI

**HARYO RESTO SINGGIH SUSANTO
21150000385**



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

**PENGARUH *MARKETING MIX* (PRODUK, HARGA, LOKASI,
DAN PROMOSI) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA INDOMARET *DRIVE THRU* TOMANG 41**

SKRIPSI

**HARYO RESTO SINGGIH SUSANTO
21150000385**



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

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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan judul :

PENGARUH *MARKETING MIX* (PRODUK, HARGA, LOKASI, DAN PROMOSI) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA INDOMARET *DRIVE THRU* TOMANG 41

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, Februari 2021

MATERAI 10.000

Haryo Resto Singgih Susanto
NPM 21150000385

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya ilmiah dengan judul :

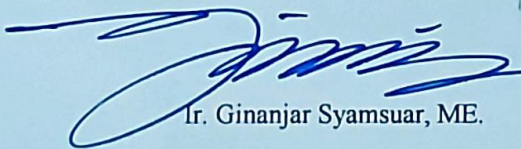
PENGARUH *MARKETING MIX* (PRODUK, HARGA, LOKASI, DAN PROMOSI) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA INDOMARET *DRIVE THRU* TOMANG 41

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya Ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Ir. Ginanjar Syamsuar, ME. dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, Februari 2021

Pembimbing,

Kepala Program Studi S-1 Manajemen



Ir. Ginanjar Syamsuar, ME.



Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.

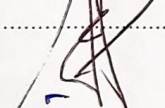
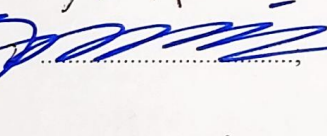
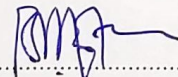
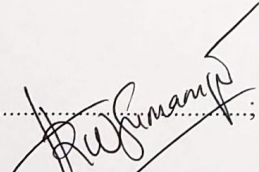
HALAMAN PENGESAHAN

Karya ilmiah dengan judul :

PENGARUH *MARKETING MIX* (PRODUK, HARGA, LOKASI, DAN PROMOSI) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA INDOMARET *DRIVE THRU* TOMANG 41

telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi pada tanggal 26 Februari 2021 dengan nilai A

Panitia Ujian Karva ilmiah

1. ; Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc.
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2. ; Ir. Ginanjar Syamsuar, ME.
(Pembimbing)
3. ; Dr. Ir. Diah Pranita Sari, MM.
(Anggota Penguji)
4. ; Ruland Willy Jack Sumampouw, SE., M.Si.
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya ilmiah yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Karya ilmiah 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. Bapak Ir. Ginanjar Syamsuar, ME. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr.Ir. Diah Pranita Sari, MM. dan Bapak Ruland Willy Jack Sumampouw, SE., M.Si selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk prosesi sidang skripsi. Terimakasih untuk saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
4. Ibu Dr. Diah Prinitasari, SP., MM. selaku Kepala Departemen Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
5. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc. selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
6. Segenap dosen di Program Studi S-1 Manajemen, STEI, atas ilmu yang telah diberikan selama peneliti menyelesaikan studi.
7. Kepala Indomaret *Drive Thru* Tomang 41, dan segenap karyawan yang sudah memperbolehkan penulis untuk melakukan riset dan pengambilan data melalui kuesioner.
8. Kepada kedua orang tua tercinta yaitu Bapak Dominikus Istiyanto dan Ibu Susilawati yang telah memberikan dukungan secara moril dan materil. Serta keluarga besar yang selalu memberikan semangat untuk penulis.

9. Kepada pasangan, yaitu Dieni Aulia yang setia membantu dan menemani dalam pembuatan karya tulis ini
10. Teman-teman seperjuangan satu bimbingan yang saling menyemangati satu sama lain, serta saling membantu dan membagi ilmu.
11. Teman-teman satu kantor, yang sudah membantu dalam dan memberi dukungan
12. Semua pihak yang telah membantu serta memberikan doa, dukungan dan semangat hingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih semua.

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

Jakarta, Februari 2021

Haryo Resto Singgih Susanto

NPM 21150000385

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 : Haryo Resto Singgih Susanto
NPM : 21150000385
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demikian 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 *MARKETING MIX* (PRODUK, HARGA, LOKASI, DAN PROMOSI) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA INDOMARET *DRIVE THRU* TOMANG 41

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/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.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : Februari 2021

Yang menyatakan,

ttd

Haryo Resto Singgih Susanto

Haryo Resto Singgih Susanto
NPM 21150000385
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :
Ir. Ginanjar Syamsuar, ME.

**PENGARUH *MARKETING MIX* (PRODUK, HARGA, LOKASI,
DAN PROMOSI) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA INDOMARET *DRIVE THRU* TOMANG 41**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *marketing mix* (produk, harga, lokasi, dan promosi) terhadap keputusan pembelian pada Indomaret *Drive Thru* Tomang 41.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dikuantitatif. Adapun penelitian sebanyak 100 orang, dengan rumus Moe. Data dihimpun melalui kuesioner dengan model skala *likert*. Untuk memecahkan masalah penulis menggunakan metode pengumpulan data berupa data lapangan (*field research*) dan data perpustakaan. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier, koefisien korelasi dan koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan terdapat pengaruh signifikan *marketing mix* yang terdiri dari produk, harga, lokasi, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Indomaret *Drive Thru* Tomang 41.

Kata kunci : Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Keputusan Pembelian

Haryo Resto Singgih Susanto
NPM 21150000385
Programme Study S-1 Management

Supervisor:
Ir. Ginanjar Syamsuar, ME.

***THE EFFECT OF MARKETING MIX (PRODUCT, PRICE, LOCATION,
AND PROMOTION) ON PURCHASE DECISIONS ON
INDOMARET DRIVE THRU TOMANG 41***

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of the marketing mix (product, price, location, and promotion) on purchasing decisions at Indomaret Drive Thru Tomang 41.

This study uses a quantitative descriptive method. As for the research as many as 100 people, with the Moe formula. Data were collected through a questionnaire with a Likert scale model. To solve the problem the author uses data collection methods in the form of field data (field research) and library data. Methods of data analysis using linear regression analysis, correlation coefficient and coefficient of determination.

Based on the results and discussion, it is shown that partially and simultaneously there is a significant influence of the marketing mix consisting of product, price, location, and promotion on purchasing decisions at Indomaret Drive Thru Tomang 41.

Keywords: Product, Price, Location, Promotion, Purchase Decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL SAMPUL LUAR.....	i
HALAMAN JUDUL SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Landasan Teori	12
2.2.1. Pemasaran	12
2.2.2. Bauran pemasaran	14
2.2.3. Produk	16
2.2.4. Harga	20
2.2.5. Lokasi	22
2.2.6. Promosi	24
2.2.7. Keputusan pembelian.....	32

	Halaman
2.3. Keterkaitan antar Variabel Penelitian	38
2.3.1. Keterkaitan produk terhadap keputusan pembelian.....	38
2.3.2. Keterkaitan harga terhadap keputusan Pembelian	39
2.3.3. Keterkaitan lokasi terhadap keputusan pembelian	40
2.3.4. Keterkaitan promosi terhadap keputusan Pembelian	41
2.4. Pengembangan Hipotesis	42
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian	42
 BAB III METODA PENELITIAN	 44
3.1. Strategi Penelitian	44
3.2. Populasi dan Sampel	44
3.2.1. Populasi penelitian	44
3.2.2. <i>Sampling</i> dan sampel penelitian.....	45
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data	46
3.3.1. Jenis Data.....	46
3.3.2. Metoda Pengumpulan Data.....	47
3.4. Operasionalisasi Variabel	50
3.5. Metoda Analisis Data	51
3.5.1. Metode pengolahan data	51
3.5.2. Metode penyajian data	52
3.5.3. Analisis statistik data	52
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 57
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian	57
4.2. Deskripsi Responden.....	58
4.3. Deskripsi Data.....	62
4.3.1. Deskripsi variabel produk.....	62
4.3.2. Deskripsi variabel harga	62
4.3.3. Deskripsi variabel lokasi.....	63
4.3.4. Deskripsi variabel promosi	64
4.3.5. Deskripsi variabel keputusan pembelian	64

	Halaman
4.4. Hasil Pengujian Instrumen	65
4.4.1. Uji Validitas	65
4.4.2. Uji Reliabilitas	67
4.5. Analisis Statistik.....	68
4.5.1. Analisis Koefisien Determinasi	68
4.5.2. Pengujian Hipotesis	74
4.6. Temuan Hasil Penelitian	77
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	80
5.1. Simpulan	80
5.2. Saran	81
5.3. Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya	81
DAFTAR REFERENSI	83
LAMPIRAN	86

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Bobot Nilai Skala Likert	47
Tabel 3.2. Variabel dan Indikator Penelitian.....	48
Tabel 4.1. Validitas Instrumen Per butir Variabel Produk.....	65
Tabel 4.2. Validitas Instrumen Per butir Variabel Harga.....	66
Tabel 4.3. Validitas Instrumen Per butir Likert Variabel Lokasi.....	66
Tabel 4.4. Validitas Instrumen Per butir Variabel Promosi	66
Tabel 4.5. Validitas Instrumen Per butir Variabel Keputusan Pembelian	67
Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	68
Tabel 4.7. Koefisien Determinasi Parsial Produk (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y)	69
Tabel 4.8. Koefisien Determinasi Parsial Harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y)	70
Tabel 4.9. Koefisien Determinasi Parsial Lokasi (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y)	71
Tabel 4.10. Koefisien Determinasi Parsial Promosi (X_4) terhadap keputusan pembelian (Y)	72
Tabel 4.11. Koefisien Korelasi dan Determinasi Simultan Produk (X_1), Harga (X_2), Lokasi (X_3) dan Promosi (X_4) terhadap keputusan pembelian (Y).....	73
Tabel 4.12. Pengujian Hipotesis Parsial Produk (X_1), Harga (X_2), Lokasi (X_3) dan Promosi (X_4) terhadap keputusan pembelian (Y).....	74
Tabel 4.13. Pengujian Hipotesis Simultan Produk (X_1), Layanan Harga (X_2), Lokasi (X_3) dan Promosi (X_4) terhadap keputusan pembelian (Y)	76

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	Model Sederhana Proses Pemasaran..... 14
Gambar 2.2	Langkah Dalam Personal Selling 26
Gambar 2.3	Tahap-Tahap Keputusan Pembelian..... 34
Gambar 2.4	Kerangka konseptual..... 43
Gambar 4.1	Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin..... 59
Gambar 4.2	Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Usia 59
Gambar 4.3	Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pendidikan..... 60
Gambar 4.4	Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pekerjaan 61
Gambar 4.5	Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pendapatan 61
Gambar 4.6	Diagram Skala Likert Variabel Produk..... 62
Gambar 4.7	Diagram Skala Likert Variabel Harga..... 63
Gambar 4.8	Diagram Skala Likert Variabel Lokasi 63
Gambar 4.9	Diagram Skala Likert Variabel Promosi..... 64
Gambar 4.10	Diagram Skala Likert Variabel Keputusan Pembelian 64

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	86
Lampiran 2. Tabulasi Data Penelitian Variabel Produk	90
Lampiran 3. Tabulasi Data Penelitian Variabel Harga	93
Lampiran 4. Tabulasi Data Penelitian Variabel Lokasi	96
Lampiran 5. Tabulasi Data Penelitian Variabel Promosi	99
Lampiran 6. Tabulasi Data Penelitian Variabel Keputusan Pembelian.....	102
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Variabel Produk	105
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Variabel Harga	106
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi	107
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	108
Lampiran 11. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	109
Lampiran 12. Hasil Uji Realibilitas Variabel Penelitian	110
Lampiran 13. Tabulasi Data Berpasangan Variabel X_1 X_2 X_3 X_4 Y	112
Lampiran 14. Deskripsi Data	115
Lampiran 15. Koefisien Determinasi Parsial	116
Lampiran 16. Koefisien Determinasi Simultan	117
Lampiran 17. Dokumentasi Riset	119
Lampiran 18. Surat Riset	120
Lampiran 19. Daftar Riwayat Hidup	121