

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU HOOPS
INDONESIA DI CABANG GRAND INDONESIA**

SKRIPSI

Mega. 16/2 -2022
Ace 4/ Ujian skripsi

RAIHAN FAKHRI PRATAMA

21170000405



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2022**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU HOOPS
INDONESIA DI CABANG GRAND INDONESIA**

SKRIPSI

RAIHAN FAKHRI PRATAMA

21170000405



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

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU HOOPS INDONESIA DI CABANG GRAND INDONESIA

yang dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh ini yang saya ketahui bukan merupakan duplikasi, tiruan, atau plagiat dari karya ilmiah yang telah dipublikasikan dan atau pernah digunakan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya telah dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur duplikasi, tiruan atau plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 6 Februari 2022



RAIHAN FAKHRI PRATAMA
NPM 21170000405

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul:

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU HOOPS INDONESIA DI CABANG GRAND INDONESIA

disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Hj. Megayani, SE., MM dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat skripsi pada Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.


Jakarta, 6 Februari 2022

Pembimbing,



Megayani,SE,MM

Kepala Program Studi S-1 Manajemen



Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc

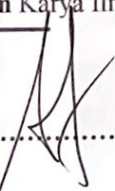
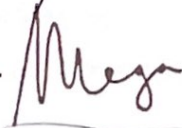
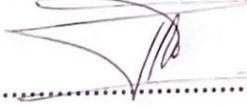

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU HOOPS INDONESIA DI CABANG GRAND INDONESIA

Telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) pada tanggal Agustus dengan nilai ... ?

Panitia Ujian Karya Ilmiah

1.  ; Muhammad Ramaditya, BBA.,
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  ; Megayani, SE., MM
(Pembimbing)
3.  ; Asep Saefurahman, SE., ME
(Penguji I)
4.  ; Rutinaias Haholongan, SE., MM
(Penguji II)

KATA PENGANTAR

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

Skripsi ini dapat diselesaikan atas bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat teratasi. Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Ibu Hj. Megayani, SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, pikiran dan tenaga untuk mengarahkan penelitian dalam menyusun skripsi ini.
 2. Bapak Asep Saefurahman, SE., ME dan Ibu Rutinaias Haholongan, SE., MM selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga dalam memberikan saran dan kritikan selama proses sidang.
 3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
 4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc. selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
 5. Segenap Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga peneliti dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan skripsi ini.
 6. Kepada orang tua peneliti serta adik yang selalu memberikan doa, dorongan dan semangat selama menyelesaikan skripsi.
 7. Kepada “Keluarga Muhtadi”, Fahira, Alif, Ryan, Nabil, Andi, Ayu, Bang Bay, Clarinta, Jeremy dan Yogi yang telah membantu dan menemani peneliti selama kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
 8. Serta pihak – pihak lain yang tidak bisa peneliti ucapkan satu per satu. Terima kasih atas doa dan bantuannya dalam proses penyusunan penelitian ini.
- Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa di dalam skripsi ini masih terdapat

kekurangan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 6 Februari 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Raihan Fakhri Pratama', written in a cursive style.

RAIHAN FAKHRI PRATAMA
NPM 21170000405

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Raihan Fakhri Pratama
NPM : 21170000405
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

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

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU HOOPS INDONESIA DI CABANG GRAND INDONESIA

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 6 Februari 2022

Yang menyatakan



Raihan Fakhri Pratama

Raihan Fakhri Pratama
21170000405
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :
Hj. Megayani. SE., MM

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU HOOPS INDONESIA
DI CABANG GRAND INDONESIA**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Bauran Pemasaran yang terdiri dari Produk, Harga, Lokasi Dan, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada pelanggan sepatu basket Hoops Indonesia di cabang Grand Indonesia.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pengumpulan data melalui kuesioner yang diukur dengan menggunakan diagram skala *likert*. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria pelanggan yang pernah membeli sepatu basket di Hoops Indonesia cabang Grand Indonesia berjumlah 100 responden. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif menggunakan strategi asosiatif dengan perhitungan statistika deskriptif dan koefisien jalur (*path coefficients*) menggunakan *software* WarpPLS.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan harga, lokasi dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pelanggan sepatu basket Hoops Indonesia di cabang Grand Indonesia.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Bauran Pemasaran, Produk, Harga, Lokasi, Promosi

Raihan Fakhri Pratama
21170000405
S-1 Management Study Program

Dosen Pembimbing :
Hj. Megayani. SE., MM

**THE EFFECT OF THE MARKETING MIX ON THE
PURCHASE DECISION OF HOOPS INDONESIA SHOES IN
THE GRAND INDONESIA BRANCH**

ABSTRACT

This study is aimed to test the effect of Product Marketing Mix, Price, Location and, Promotion on Purchase Decisions on Hoops Indonesia basketball shoes customers at the Grand Indonesia branch.

There were 100 respondents who participated as the samples of this study. Those samples were chosen using purposive sampling method. The data of the study were collected from the questionnaires that were distributed to all of the participants which were later analyzed using WarpPLS program.

The results of this study indicated that the product had no effect on purchasing decisions, while price, location and promotion had an effect on purchasing decisions for customers of Hoops Indonesia branch of Grand Indonesia.

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Pemasaran.....	6
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	8
2.1.2.1 Produk.....	9
2.1.2.2 Harga.....	11
2.1.2.3 Lokasi.....	15
2.1.2.4 Promosi.....	16
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	19
2.2 Review Penelitian Terdahulu.....	21

2.3 Keterkaitan Antar Variabel.....	24
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	26
2.5 Kerangka Konseptual Penelitian.....	26
BAB III METODA PENELITIAN.....	27
3.1 Strategi Penelitian.....	27
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	27
3.2.1 Populasi Penelitian.....	27
3.2.2 Sampel Penelitian.....	28
3.3 Data dan Metoda Pengumpulan Data.....	28
3.4 Operasional Variabel.....	29
3.5 Metode Analisis Data.....	31
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	31
3.5.2 Analisis Jawaban Responden.....	32
3.5.3 Analisis Indeks Persepsi.....	33
3.5.4 Uji Hipotesis.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	37
4.2 Analisis Statistika Deskriptif.....	37
4.2.1 Deskripsi Responden.....	37
4.2.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	39
4.3 Analisis Indeks Persepsi.....	43
4.3.1 Model Pengukuran.....	43
4.3.2 Analisis Inner Model.....	45
4.3.3 Uji Hipotesis dan Analisis Pengaruh Langsung.....	47
4.4 Rangkuman Hasil Penelitian.....	50
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	51
5.1 Simpulan.....	51
5.2 Saran.....	51
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Pengembangan Penelitian	
Selanjutnya.....	52

DAFTAR PUSTAKA.....53

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Penilaian Skala Likert.....	29
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel.....	30
Tabel 4.1 Deskripsi Responden.....	38
Tabel 4.2 Indeks Persepsi Produk.....	39
Tabel 4.3 Indeks Persepsi Harga.....	40
Tabel 4.4 Indeks Persepsi Lokasi.....	41
Tabel 4.5 Indeks Persepsi Promosi.....	41
Tabel 4.6 Indeks Persepsi Keputusan Pembelian.....	42
Tabel 4.7 Nilai Loading Variabel Reflektif.....	43
Tabel 4.8 Composite Reliability.....	44
Tabel 4.9 <i>Square roots of average variances extracted (AVEs) and correlagtion.....</i>	45
Tabel 4.10 Model Fit Indeks.....	45
Tabel 4.11 R-Squared Contributions.....	46
Tabel 4.12 Koefisien Jalur dan Koefisien Determinasi.....	48
Tabel 4.13 Koefisien Jalur dan Koefisien Determinasi.....	48
Tabel 4.14 Koefisien Jalur dan Koefisien Determinasi.....	49
Tabel 4.15 Koefisien Jalur dan Koefisien Determinasi.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Kuisisioner.....	55
Lampiran 2 Tabulasi Item Kuisisioner.....	60
Lampiran 3 Data Sampel	61
Lampiran 4 <i>Output</i> WarpPLS 7.0.....	64
Lampiran 5 Surat Keterangan Riset.....	70
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup	71