

**Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk
Pada Usaha Jaya Shop Pekalongan**

SKRIPSI



**Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar
sarjana strata-1 di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam
Indonesia**

Oleh :

Nama : Abdul Hafid Umar
Nomor Mahasiswa : 08311343
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2012

**Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk
Pada Usaha Jaya Shop Pekalongan**

SKRIPSI

**Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar
sarjana strata-1 di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam
Indonesia**

Oleh :

Nama : Abdul Hafid Umar
Nomor Mahasiswa : 08311343
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

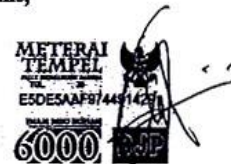
2012

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 14 Maret 2012

Penulis,



Abdul Hafid Umar

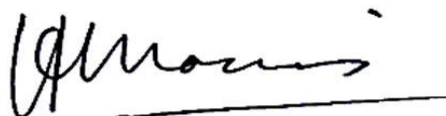
**Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk
Pada Usaha Jaya Shop Pekalongan**

Nama : Abdul Hafid Umar
Nomor Mahasiswa : 08311343
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, ... Maret 2012

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Al Hasin Drs. MBA

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan
Pembelian Produk Pada Usaha Jaya Shop

Disusun Oleh: **ABDUL HAFID UMAR**
Nomor Mahasiswa: **08311343**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 16 April 2012

Penguji/Pemb. Skripsi : Drs. Al Hasin, MBA



Penguji : Drs. Suwarsono, MA



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA

Persembahan

Karya kecilku ini kupersembahkan untuk yang mempengaruhi hidupku :

*Untuk **Umar Yahya** dan **Ghonimah Bawazier** yang telah melahirkan, membesarkan, menolong, memperhatikan dan mendo'akan anakmu ini. Kalian motivasiku.*

*Untuk **Inayah, Achmad** dan **Qonita**, kalian harus bisa melampaui papa, mama serta diriku dari sisi Agama dan hal positif lainnya.*

*Untuk **FE UII YOGYAKARTA** yang telah menggembleng diriku. Banyak kenangan yang memberikanku pengalaman dan pembelajaran.*

Motto

Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan

(Al Insyiroh : 6)

Man Jadda wa jada

“Barang siapa bersungguh-sungguh pasti berhasil”

“Kejarlah keutamaan beribadah Setiap waktu, dalam kesempatan Sebab ajal kematian hamba Tuhan Datang mendadak, takkan diubah”.

(Sya,ir dari Al-Bukhori)

Ya Tuhanku, masukkanlah aku

ke dalam setiap tugas kehidupan beserta ridho-Mu,

keluarkanlah aku dari setiap tugas kehidupan

juga dengan ridho-Mu.

Berikanlah kepadaku dari sisi-Mu kekuatan yang menolong.

(Al-Israa' : 80)

“This Too, Will Pass”

(“ Yang inipun akan berlalu”)

-Abdul Hafid Umar-

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian produk pada usaha jaya shop yang berkembang di Kota Pekalongan. Prilaku konsumen yang selalu melakukan pertimbangan mengenai produk, harga, promosi dan distribusi sebelum melakukan keputusan pembelian. Dengan kondisi tersebut, manajemen Usaha Jaya Shop dituntut untuk memperhatikan strategi pemasaran yang tepat, salah satunya dengan melihat dari aspek bauran pemasaran untuk mencapai misinya sebagai pemimpin pasar di Kota Pekalongan.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Usaha Jaya Shop Pekalongan yang berada di Jl Teratai Pekalongan. Jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 40 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu analisis regresi berganda.

Dari hasil analisis yang dilakukan diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,039 X_1 + 0,322 X_2 + 0,407 X_3 + 0,375 X_4$$

Variabel promosi memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian sebesar 0,407, kemudian, kemudian diikuti oleh variable distribusi sebesar 0,375 dan variable harga sebesar 0,375. Sedangkan variable produk mempunyai pengaruh paling rendah dibandingkan variable lain sebesar 0,039. Pengujian hipotesis menggunakan uji t yang menunjukkan bahwa ketiga variable independen yaitu, harga (X2), promosi (X3) dan distribusi (X4) yang diteliti terbukti secara positif dan signifikan mempengaruhi variable dependen yaitu keputusan pembelian, hanya variable produk (X1) dengan pengujian hipotesis yang ditolak. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa variable produk, harga, promosi, distribusi memang layak untuk menguji variable dependen keputusan pembelian. Angka *Adjusted R Square* menunjukkan bahwa 65,7% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh keempat variable independen dalam persamaan regresi berganda. Sedangkan sisanya sebesar 34,3% dijelaskan oleh variable lain diluar keempat variable yang digunakan dalam penelitian ini.

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

Kata Pengantar

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang mana telah memberi rahmat, hidayah dan inayahnya agar skripsi ini terselesaikan. Juga tak lupa shalawat beriring salam kepada sang revolusioner sejati, Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah membawa Islam dari zaman Jahilliah hingga ke zaman modern yang terus berkembang sampai saat ini.

Skripsi ini penulis tulis untuk memenuhi syarat kelulusan penulis dari Universitas yang sangat penulis banggakan akan sejarah dan perjuangannya. Banyak hal yang penulis dapatkan sebagai pengalaman dan pembelajaran baik yang bersifat akademik maupun non akademik selama penulis menuntut ilmu di sini.

Skripsi ini penulis buat sebagai bentuk bakti penulis kepada UII, skripsi yang mengangkat judul *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Usaha Jaya Shop Pekalongan*, ini harapannya dapat memberikan suatu yang positif.

Selanjutnya penulis menyadari bahwa berbagai pihak telah memberikan bantuan dalam penulisan dan penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah meridhoi selesainya skripsi ini.
2. Kedua orang tua tercinta ayahanda Umar Yahaya dan Ghonimah Bawazier atas doa restunya yang selama hidupnya tidak kenal lelah senantiasa memberikan cinta kasih sayang yang luar biasa hebat, kesabaran yang melimpah, mengasihi serta memberikan dukungan moral dan spiritual.

3. Inayah, Achmad dan Qonita yang senantiasa mengingatkan hal-hal positif.
4. Bapak Al Hasin Drs. MBA. Selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu dengan sabar dan bijaksana dalam membimbing serta member nasihat, arahan dan semangat sehingga skripsi bisa selesai sesuai target.
5. Sahabat-sahabat tercinta Abyad Merdesa, Budi Laksamana, Wiman Zulfikar, Teuku Aqmarsyah, Detha, Alnita Zulia, dan jammah Yogyakarta, terimakasih telah memberikan persahabatan yang indah, dukungan, semangat, kerjasama, yang senantiasa ada disaat penulis butuhkan, yang saling mengingatkan dikala berjuang menjalani kehidupan dan saling berbagi dalam mendengarkan keluh kesah.
6. Semua pihak yang telah membantu penulis, yang tidak dapat disebutkan satu persatu

Penulis menyadari akan keterbatasan pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan pada masa yang akan datang. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi pembaca sekalian dan bagi penulis sendiri.

Wassalmu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 16 Maret 2012

Penulis,

Abdul Hafid Umar

Daftar Isi

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Halaman Pengesahan Ujian	v
Halaman Persembahan	vi
Halaman Motto	vii
Abstrak	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	xi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang Masalah	1
1.2.Rumusan Masalah Penelitian	6
1.3.Tujuan Penelitian	6
1.4.Manfaat Penelitian	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	8
2.2. Penelitian Terdahulu	21
2.3. Model atau Kerangka Penelitian	21
2.4. Hipotesis	22

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional..... 24

3.2. Populasi dan Sampel26

3.3. Jenis dan Sumber Data.....26

3.4. Pengumpulan Data 27

3.5. Metode Analisis Data28

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....34

4.2. Analisis Data48

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan62

5.2. Saran 64

Daftar Pustaka66

Lampiran - lampiran..... 69

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....35
Tabel 4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Umur.....35
Tabel 4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....36
Tabel 4.4	Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....37
Tabel 4.5	Distribusi Tabel Berdasarkan Tingkat Penghasilan.....38
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Produk.....39
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga.....41
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi.....43
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Distribusi.....45
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.47
Tabel 4.11	HASil Pengujian Validitas.....49
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Reliabilitas.....50
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Multikolinearitas.....53
Tabel 4.14	Hasil Analisis Regresi Berganda.....55
Tabel 4.15	Hasil Uji t.....57
Tabel 4.16	Hasil Uji F.....59
Tabel 4.17	Hasil Koefisien Determinasi.....60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Keputusan Pembelian.....	20
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 4.1	Hasil Pengujian Normalitas.....	52
Gambar 4.2	Hasil Pengujian Heteroskedastisitas.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Kuesioner Penelitian.....	69
Lampiran B	Tabulasi Hasil Penelitian.....	75
Lampiran C	Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	78
Lampiran D	Uji Asumsi Klasik.....	87
Lampiran E	Analisis Regresi Berganda.....	89