

**SKRIPSI**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI KOLDING  
NANA  
PASIR PENGARAIAN**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*



OLEH :

**NURBAITI  
NIM : 1225098**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN  
TAHUN 2017**

HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : NURBAITI


NIM : 1225098

JUDUL PENELITIAN : "PENGARUH Bauran Pemasaran  
TERHADAP Keputusan Pembelian  
KONSUMEN DI KOLDING NANA PASIR  
PENGARAIAN"

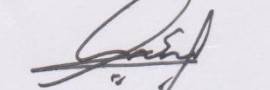
Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada Ujian Akhir Komprehensif Program Studi Manajemen pada hari senin, 14 Agustus 2017 dan telah dilakukan perbaikan sesuai dengan simpulan dan saran Tim Penguji.

Pasir Pengaraian, 23 September 2017

Pembimbing I

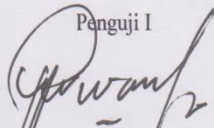
  
Makmur, SE, MMA  
NIDN. 1010038001

Pembimbing II

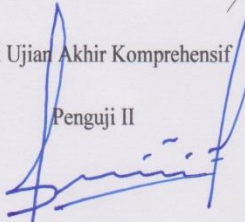
  
Andi Afrizal, SE, M.Si, Ak, CA  
NIDN.1014118301

Penguji Ujian Akhir Komprehensif

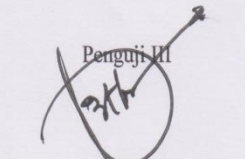
Penguji I

  
Purwanto, SE, M.Si  
NIDN.1030049001

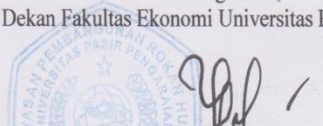
Penguji II

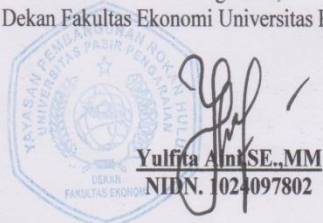
  
Seprini, SE, MM  
NIDN.1025097804

Penguji III

  
Ahok Alpa Beta, SE, MM  
NIDN.1007056602

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian

  
Yulfitia Ani, SE, MM  
NIDN. 1024097802



## PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : NURBAITI  
Nomor Mahasiswa : 1225098  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI  
KOLDING NANA PASIR PENGARAIAN.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan serta tidak juga terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan / atau diterbitkan oleh orang lain. Kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ditemukan unsur plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena skripsi saya ini, serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Pasir Pengaraian, Juli 2017

Yang Membuat Pernyataan



NURBAITI

## ABSTRAK

**NURBAITI. NIM:1225098. 2017. PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI KOLDING NANA PASIR PENGARAIAN. Pembimbing I: Makmur., SE. MMA, dan Pembimbing II: Andi Afrizal, SE., MSi. AK. CA.**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen di kolding nana Pasir Pengaraian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen kolding nana Pasir Pengaraian. Sampel penelitian menggunakan teknik aksidental sampling, dengan jumlah sebanyak 96 orang. Variabel bebas dalam penelitian ini bauran pemasaran (X), variabel terikat (Y) keputusan pembelian. Metode pengumpulan data menggunakan penelitian lapangan yang terdiri dari observasi, wawancara dan kuesioner serta penelitian kepustakaan. Berdasarkan Hasil analisis regresi linear sederhana diperoleh hasil sebesar 0,688, menunjukkan bauran pemasaran mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dan memiliki pengaruh yang positif. Hasil perhitungan koefisien determinasi menunjukkan pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian sebesar 60,9%, sedangkan sisanya 39,10% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti fasilitas dan persaingan. Kesimpulan dari penelitian adalah hasil analisis data dengan menggunakan regresi linear sederhana, menunjukkan kekuatan hubungan antara bauran pemasaran dengan keputusan pembelian yaitu berkolerasi secara positif sebesar 60,9%. Dari hasil perhitungan pengujian hipotesis menunjukkan  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $t_{hitung} = 12.111 > 1,98552$  sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian dapat diterima.

Kata Kunci: Bauran pemasaran, keputusan pembelian

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah Shubhanallah wa taala yang telah Memberikan rahmat, hidayah serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kolding Nana Pasir Pengaraian”**.

Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendorong, mendukung dan membimbing penulis, baik tenaga, ide-ide, maupun pemikiran. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Adolf Bastian, M.Pd selaku Rektor Universitas Pasir Pengaraian
2. Ibu Yulfita Aini, SE.,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
3. Ibu Seprini SE., MM selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Pasir Pengaraian.
4. Bapak Makmur, SE., MMA selaku pembimbing I yang telah mengarahkan dan meluangkan waktu untuk memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis sampai selesainya skripsi ini.
5. Bapak Andi Afrizal, SE., M.SI, AK, CA selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis sampai dengan selesainya pembuatan skripsi ini.

6. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian yang telah banyak melimpahkan ilmunya kepada penulis selama penulis menimba ilmu di Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
7. Pemilik dan seluruh karyawan kolding nana yang telah memberikan bantuan berupa data serta memberikan izin dan kesempatan bagi penulis untuk melakukan penelitian di kolding nana Pasir Pengaraian.
8. Kepada Ayahanda dan ibunda tercinta yang telah memberikan nasehat, semangat, dorongan, motivasi dan do'a tanpa henti kepada penulis dalam setiap langkah. Penulis persembahkan sebagai tanda bakti penulis kepada ayahanda dan ibunda tercinta.
9. Rekan-rekan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan andil berupa saran, kritik dan koreksi selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik saran yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan-perbaikan ke depan. Semoga segala bantuan yang tidak ternilai harganya ini mendapat imbalan di sisi Allah Shubahanallah wa taala sebagai amal ibadah, amin.

Pasir Pengaraian, Juni 2017

Penulis

**NURBAITI**  
NIM : 1225098

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT</b>	
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Perumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS</b>	
A. Landasan Teori .....	11
1. Bauran Pemasaran... ..	11
2. Keputusan Pembelian.....	17
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	17
b. Tahap-tahap Keputusan Pembelian.....	18
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	21
d. Indikator Keputusan Pembelian.....	23
3. Hubungan Bauran Pemasaran dengan Keputusan Pembelian.....	26
4. Hasil Penelitian Terdahulu.....	27

	B. Kerangka Konseptual .....	29
	C. Hipotesis .....	30
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
	A. Ruang Lingkup Penelitian .....	31
	B. Populasi dan Sampel .....	31
	C. Jenis dan Sumber Data .....	32
	D. Teknik Pengambilan Data .....	33
	E. Defenisi Operasional Variabel Penelitian.....	34
	F. Instrumen Penelitian .....	35
	G. Teknik Analisis Data .....	37
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
	A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
	a. Profil Toko.....	41
	b. Visi dan Misi.....	41
	c. Struktur Organisasi.....	42
	B. Karakteristik Responden.....	43
	1. Analisis Karakteristik Responden.....	43
	a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..	43
	b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
	c. Karakteristik Responden Berdasarkan	
	Jenis Pekerjaan.....	44
	2. Analisis Tingkat Capaian Responen (TCR).....	45
	C. Analisis Data Penelitian.....	60
	1. Pengujian Instrumen Penelitian.....	60
	a. Uji validitas.....	60
	b. Uji Reliabilitas.....	62
	D. Analisis Data.....	63
	a. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	63
	b. Uji Determinasi ( <i>Adjusted R2</i> ).....	64
	E. Pengujian Hipotesis dan Pembahasan.....	65
	a. Uji Parsial (Uji t).....	65



	b. Pembahasan.....	65
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b>	
	A. Kesimpulan.....	69
	B. Saran.....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung atau Konsumen Kolding Nana September 2016 s/d Maret 2017.....	5
Tabel 1.2 Laporan Keuangan Kolding Nana September 2016 s/d Maret 2017.....	6
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian..	35
Tabel 3.2 Skala Likert.....	36
Tabel 3.3 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi....	37
Tabel 3.4 Pedoman untuk Memberikan Kriteria TCR.....	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	44
Tabel 4.4 Penilaian Responden terhadap Indikator Produk.....	45
Tabel 4.5 Penilaian Responden terhadap Indikator Harga.....	46
Tabel 4.6 Penilaian Responden terhadap Indikator Promosi.....	47
Tabel 4.7 Penilaian Responden terhadap Indikator Tempat.....	48
Tabel 4.8 Penilaian Responden dengan Analisis TCR Variabel Bauran Pemasaran.....	49
Tabel 4.9 Penilaian Responden terhadap Indikator Persepsi.....	50
Tabel 4.10 Penilaian Responden terhadap Indikator Kepuasan akan Produk Yang Ditawarkan.....	51
Tabel 4.11 Penilaian Responden terhadap Indikator Lokasi.....	52
Tabel 4.12 Penilaian Responden terhadap Indikator Pelayanan.....	53
Tabel 4.13 Penilaian Responden dengan Analisis TCR Variabel Keputusan Pembelian.....	54
Tabel 4.14 Ringkasan Hasil Pengukuran Validitas Bauran pemasaran.....	56
Tabel 4.15 Ringkasan Hasil Pengukuran Validitas Keputusan Pembelian.....	57

Tabel 4.16 Ringkasan Hasil Pengukuran Reliabel Item Kuesioner.....	58
Tabel 4.17 Ringkasan Hasil analisis Regresi Linear Sederhana.....	58
Tabel 4.18 Hasil Uji Determinasi (Adjusted R2).....	59
Tabel 4.19 Hasil Uji T (Pengujian Secara Parsial).....	60

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Pengambilan Keputusan .....	18
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	29
Gambar 4.1 Struktur Organisasi pada Kolding Nana.....	42