

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**“PERSEPSI TENTANG PENGARUH KOMPONEN-KOMPONEN
MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAIN
BATIK DI PASAR GROSIR SETONO KOTA PEKALONGAN”**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : APTA SUPRAJA RIANDANI

Nim : B 100 010 101

Telah diuji dan dipertahankan didepan dewan penguji serta telah dinyatakan lulus

pada:

Hari : Sabtu

Tanggal : 2006

Surakarta, 2006

Pembimbing Utama

(Imron Rosyadi. SE,Msi)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Drs. H.Samsudin, MM)

MOTTO

“Awali sesuatu dengan basmallah dan akhiri dengan hamdallah”

*Sungguhnya Sesudah Kesulitan Akan Datang Kemudahan. Maka Kerjakanlah
Urusanmu Dengan Sungguh-Sungguh; Dan Hanya Kepada Allah Kamu Berharap
(Q.S. Asy-Syar-h : 6-8)*

*Sungguh rugi orang yang tak mampu menikmati hidup lantaran terbelenggu
perasaan-perasaan cemas, khawatir, tegang dan pikiran kalut
(K.H. Abdullah Gymnastiar)*

SUMANGAT
(Penulis)

*Jika kamu ingin melihat lembah naiklah ke puncak gunung; jika kamu ingin melihat
gunung terbanglah ke awan; tetapi jika ingin mengerti awan pejamkan matamu dan
berpikirlah
(Kahlil Gibran)*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Bapak dan Ibu terhormat, yang tak hentinya memberi do'a, kasih dan dukungannya, hingga saat ini.
2. Adik tersayang
3. Ndukku Yuli, yang selalu memberiku dorongan dan dukungan juga warna dalam hidupku
4. Sahabat-sahabat baikku

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum wr. wb

Dengan memanjatkan puji dan syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, serta dengan usaha yang sungguh-sungguh, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PERSEPSI TENTANG PENGARUH KOMPONEN-KOMPONEN MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAIN BATIK DI PASAR GROSIR SETONO KOTA PEKALONGAN ”** ini sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang penulis temui dalam penyusunan skripsi ini. Namun berkat bantuan serta bimbingan berbagai pihak, maka skripsi ini dapat terselesaikan.

Pada kesempatan ini perkenankan penulis sampaikan ucapan terima kasih berkat bantuan dari beberapa pihak yang dengan ikhlasnya banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini. Meskipun ucapan terima kasih saja tidaklah cukup untuk membalas, namun hanya dengan kata-kata itulah dan penghargaan setulus hati yang dapat penulis persembahkan. Penulis ucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. H.Samsudin, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Agus Muqorobin,MM selaku Ketua Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Ibu Dra. Wuryaningsih DL. MM selaku Dosen Pembimbing Akademik.
4. Bapak Imron Rosyadi SE,Msi selaku Dosen pembimbing Skripsi.

5. Seluruh staf pengajar (Bapak/ Ibu Dosen) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Ayah dan Ibu tercinta yang senantiasa mendoakan dan mencurahkan segala perhatiannya.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah memberi dorongan moril dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan yang dikarenakan keterbatasan dan kekurangan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu penulis berharap adanya kritik dan saran yang bersifat membangun dari para pembaca.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi almamaterku Universitas Muhammadiyah Surakarta, dan pihak-pihak lain yang berkepentingan dengan hasil penelitian ini. Semoga karya kecil ini menjadi karya yang bermanfaat bagi kita semua.

Wassalamu 'alaikum wr. wb

Surakarta, Maret 2006

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii

HALAMAN MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	ix
ABSTRAKSI.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Manfaat Penelitian	4
F. Sistematika Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Pengertian Pemasaran.....	7
B. Strategi Pemasaran.....	10
C. Marketing Mix.....	10
D. Keputusan Pembelian Konsumen.....	18
E. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
A. Kerangka Pemikiran.....	35
B. Hipotesis.....	36
C. Data Dan Sumber Data.....	36
D. Metode Pengumpulan Data.....	37
E. Populasi, Sampel dan Metode Sampling.....	37
F. Instrumen Penelitian.....	38
G. Metode Analisis Data.....	40
BAB IV Hasil Penelitian	45
A. Gambaran Umum	45
B. Analisis Data.....	49

1. Uji Validitas.....	49
2. Uji Reliabilitas.....	53
C. Analisis Regresi.....	55
1. Persamaan Regresi.....	55
2. Uji t.....	56
3. Uji F.....	62
4. Koefisien Determinasi.....	63
D. Pembahasan.....	64
BAB V PENUTUP.....	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran-Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
IV.1 Tabel Nilai Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	50
IV.2 Tabel Nilai Uji Validitas Variabel Produk.....	51

IV.3	Tabel Nilai Uji Validitas Variabel Harga.....	51
IV.4	Tabel Nilai Uji Validitas Variabel Promosi.....	52
IV.5	Tabel Nilai Uji Validitas Variabel Distribusi.....	53
IV.6	Tabel Hasil Uji Reliabilitas.....	54
IV.7	Tabel Hasil Uji Koefisien Regresi.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman	
II.1	Model Perilaku Konsumen.....	23
II. 2	Model Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	25
II. 3	Proses Keputusan Pembelian.....	30
III. 1	Kerangka Penelitian.....	35

ABSTRAKSI

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah *marketing mix*. Masalah yang kemudian muncul adalah seberapa besar pengaruh *marketing mix* yang terdiri dari variabel produk, harga, promosi dan distribusi terhadap keputusan pembelian konsumen kain batik di Pasar Grosir Setono Kota Pekalongan. Oleh karena itu tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh *marketing mix* terhadap keputusan pembelian konsumen di Pasar Grosir Setono Kota Pekalongan.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi digunakan untuk menggambarkan pengaruh *marketing mix* terhadap keputusan pembelian konsumen kain batik di Pasar Grosir Setono Kota Pekalongan.

Hasil analisis data diperoleh R^2 sebesar 0,771 ini menunjukkan bahwa *marketing mix* mempunyai kontribusi pengaruh terhadap keputusan pembelian kain batik sebesar 77,1%. Sedangkan sisanya sebesar 22,9% mendapat kontribusi dari variabel lain. Pengujian terhadap masing-masing variabel dengan melalui uji t diketahui bahwa promosi dan distribusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini dikarenakan nilai t_{hitung} untuk variabel promosi dan distribusi adalah 2,959 dan 7,308 yang mana lebih besar dibandingkan t_{tabel} (1,984), sedang untuk variabel produk dan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena t_{hitung} kedua variabel tersebut lebih kecil dibandingkan t_{tabel} . Dengan nilai koefisien regresi pada variabel distribusi sebesar 0,557 yang mana lebih besar dibandingkan dengan variabel-variabel lainnya, hal ini berarti distribusi merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian. Nilai F_{hitung} sebesar 100,757 lebih besar dari F_{tabel} yaitu 2,45 artinya secara bersama-sama *marketing mix* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen kain batik di Pasar Grosir Setono Kota Pekalongan.

Kata Kunci: Produk, Harga, Promosi, Distribusi, Keputusan Pembelian.