

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PT. ANEKA REGALINDO DI SIDOARJO**



Oleh:

DIXIE MARTIEN SAPUTRA

NPM: 09.1.02.04058

Program Studi: Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2013

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN**

PADA PT. ANEKA REGALINDO DI SIDOARJO

Dipersiapkan dan disusun oleh:

DIXIE MARTIEN SAPUTRA

NPM 09.1.02.04058

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

pada tanggal 21 September 2013

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dra. Ec. Tri Yuniati, MM.,

Anggota : 1. Drs. Ec. Mashariono, M.M.

2. Dr. Heru Suprihhadi, M.S., C.P.M.

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

Oleh:

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen,

Dr. Heru Suprihadi, M.S., C.P.M

Dra. Ec. Tri Yuniati, MM.,

Ketua STIESIA

Dr. Akhmad Riduwan, S.E., M.S.A., Ak.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : DIXIE MARTIEN SAPUTRA

N.P.M : 09.1.02.04058

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PT. ANEKA REGALINDO DI SIDOARJO

dan dimajukan untuk diuji pada tanggal 21 September 2013, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain., yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 21 September 2013

Yang membuat pernyataan,

Dixie Martien Saputra

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : DIXIE MARTIEN SAPUTRA
NPM : 09.1.02.04058
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 01 Maret 1990
Agama : Islam
Jumlah Saudara/Anak Ke : 1 (satu)
Alamat / Telpon : Perum. Griya Bhayangkara H3-09 Sukodono,
Sidoarjo
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Hari Purnomo
Alamat Rumah / Telpon : Perum. Griya Bhayangkara H3-09 Sukodono,
Sidoarjo
Alamat Kantor / Telpon : -
Pekerjaan : Wiraswasta

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SDN Geluran III di Sidoarjo Tahun 2003
2. Tamat SMP Kemala Bhayangkari 1 di Surabaya Tahun 2006
3. Tamat SMA Hang Tuah 2 di Sidoarjo Tahun 2009
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I – VIII	2009-2013	-

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat / Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya
Oleh

DIXIE MARTIEN SAPUTRA

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya kepada penulis, sehingga berhasil menyelesaikan tugas penulisan skripsi ini dengan judul : *“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. ANEKA REGALINDO di Sidoarjo”*. Penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Adapun penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak untuk itu perkenankanlah saya mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Dr. Akhmad Riduwan, S.E, M.S.A., Ak., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Ibu Dra. Ec. Tri Yuniati, MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Bapak Dr. Heru Suprihadi, M.S., C.P.M. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar meluangkan waktunya dalam memberikan saran, bimbingan, nasihat, motivasi, dukungan dan arahan sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak dan ibu dosen serta seluruh staff Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang telah memberikan banyak bimbingan serta bekal ilmu pengetahuan selama dibangku kuliah.

5. Bapak Pimpinan PT. Aneka Regalindo yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Ayah dan ibuku yang telah menjadi orang tua terbaik, terimakasih atas curahan cinta kasih sayang yang tiada akhir, motivasi, serta doa yang tiada henti-hentinya mengiringi langkahku. Tidak ada kata-kata terindah yang dapat aku ucapkan kepada kalian selain terimakasih. Karena ayah dan ibu adalah orang tua terbaikku.
7. Sahabat seperjuangan SM2 (Bram, Haryo, Nindia, Neni) dan semua sahabat-sahabat yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah menemaniku dengan tawa dan canda selama aku berada di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia ini dan banyak memberikan bantuan dan dukungan selama proses penulisan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari banyak hal yang masih belum sempurna. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik serta saran yang bersifat membangun dari pembaca dan semua pihak demi kesempurnaan skripsi yang penulis buat, sehingga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi semua pihak sebagaimana mestinya.

Surabaya, 11 September 2013

Dixie Martien Saputra

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
INTISARI	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian	6

1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Ruang Lingkup Penelitian	7

BAB 2. TINJAUAN TEORITIS DAN HIPOTESIS

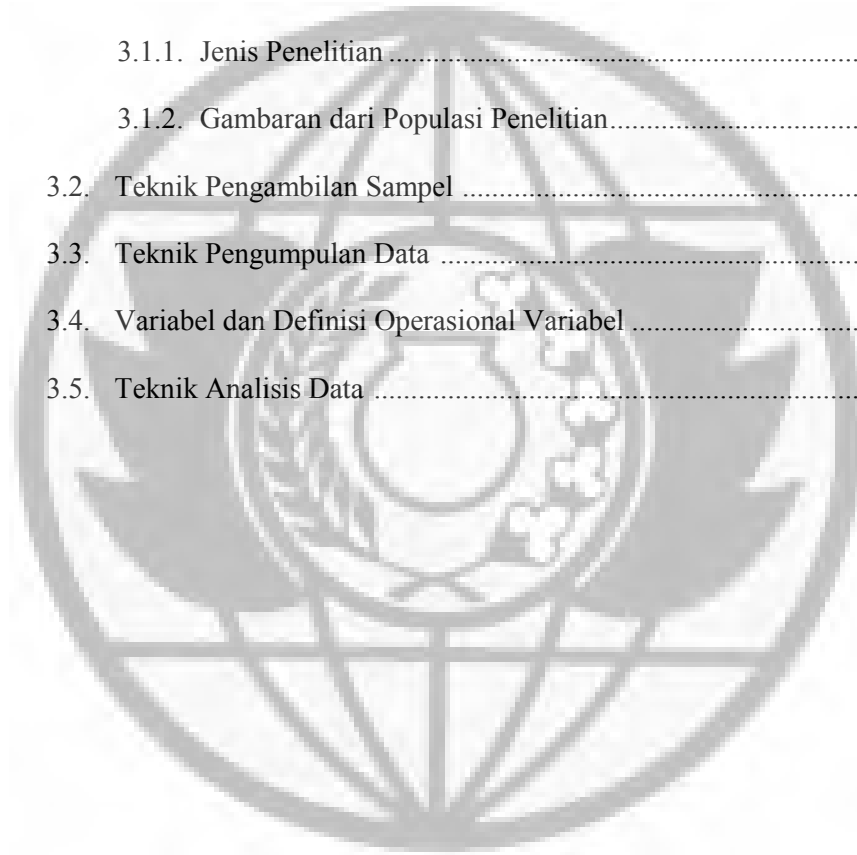
2.1 Tinjauan Teoritis	8
2.1.1. Konsep Pemasaran	8
2.1.1.1 Bauran Pemasaran	9
2.1.1.2 Konsep Produk	9
1. Pengertian Produk.....	9
2. Klasifikasi Produk	10
3. Atribut Produk	14
4. Penentuan Pemosisian Produk	16
5. Siklus Daur Hidup Produk	18
2.1.1.3 Konsep Harga.....	21
1. Pengertian Harga.....	21
2. Tujuan Penetapan Harga.....	22
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penetapan Harga.....	22
2.1.1.4 Konsep Tempat/Saluran Distribusi	24
1. Strategi Saluran Distribusi	25
2. Pemilihan Saluran Distribusi	26
3. Bentuk-Bentuk Cakupan Pasar Distribusi Produk....	

4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Saluran Distribusi.....	28
2.1.1.5 Konsep Promosi.....	31
1. Pengertian Promosi.....	31
2. Jenis-Jenis Promosi Produk.....	31
2.1.2 Konsep Perilaku Konsumen.....	34
1. Pengertian Perilaku Konsumen Dalam Pemasaran Produk.....	34
2. Tahap-Tahap Perilaku Konsumen.....	40
2.1.1.2 Proses Pengambilan Keputusan.....	42
1. Keputusan Pembelian Konsumen.....	42
2.1.3 Hubungan Bauran Pemasaran dengan Keputusan Pembelian.....	48

2.2	Rerangka Pemikiran.....	50
2.3	Perumusan Hipotesis.....	51

BAB 3. METODA PENELITIAN

3.1.	Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian	52
3.1.1.	Jenis Penelitian	52
3.1.2.	Gambaran dari Populasi Penelitian.....	52
3.2.	Teknik Pengambilan Sampel	52
3.3.	Teknik Pengumpulan Data	54
3.4.	Variabel dan Definisi Operasional Variabel	55
3.5.	Teknik Analisis Data	59



BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Deskripsi Hasil Penelitian	67
4.1.1. Gambaran Umum Subyek Penelitian	67
4.1.2. Deskripsi Frekuensi Masing-Masing Variabel.....	70
4.2. Deskripsi Hasil Pengujian	77
4.2.1. Uji Reliabilitas dan Validitas	77
4.2.2. Uji Asumsi Klasik	79
4.2.3. Analisis Regresi Berganda	85
4.2.4. Pembahasan	89
BAB 5. PENUTUP	
5.1. Simpulan	93
5.2. Saran	94
JADWAL PENELITIAN	
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	68
2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	69
3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	69
4	Distribusi Frekuensi Berdasarkan Produk	71
5	Distribusi Frekuensi Berdasarkan Harga	72
6	Distribusi Frekuensi Berdasarkan Tempat	74
7	Distribusi Frekuensi Berdasarkan Promosi	75
8	Distribusi Frekuensi Berdasarkan Keputusan Pembelian	76
9	Reliability	78
10	Hasil Analisis Uji Validitas	79
11	Hasil Analisis Uji Normalitas	81
12	Hasil Uji Multikolinieritas	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

1	Daur Hidup Produk (<i>Produk Life Cycle</i>)	19
2	Model Dasar Pengambilan Keputusan yang Kompleks	42
3	Tahapan Proses Keputusan Pembelian	44
4	Jenis Perilaku Pembelian	47
5	Kerangka Konseptual	51
6	Grafik Pengujian Normalitas Data	82
7	Heterokedastisitas pada Regresi Linier Berganda	85

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Tabulasi Hasil Kuesioner
- Lampiran 3. Distribusi Frekuensi
- Lampiran 4. Uji Reliabilitas
- Lampiran 5. Frekuensi Table
- Lampiran 6. Output Regression
- Lampiran 7. Kartu Konsultasi Bimbingan
- Lampiran 8. Surat Pengantar Ijin Riset
- Lampiran 9. Surat Keterangan Selesai Riset
- Lampiran 10. Sertifikat Seminar Metodologi

