

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ULANG KONSUMEN MINIMARKET ALFAMART
DI SURABAYA**



**Oleh:
SIBUT
NPM: 12.1.02.05489**

**Program Studi: Manajemen
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)
SURABAYA
2016**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ULANG KONSUMEN MINIMARKET ALFAMART
DI SURABAYA**

**Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi: Manajemen
Konsentrasi: Manajemen Pemasaran**



**Oleh:
SIBUT
NPM: 12.1.02.05489**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)
SURABAYA
2016**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ULANG KONSUMEN MINIMARKET ALFAMART
DI SURABAYA**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**SIBUT
NPM: 12.1.02.05489**

**Telah Dipertahankan Didepan Tim Penguji
Pada Tanggal 12 Maret 2016**

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dr. Suwitho, M.Si.

Anggota : 1. Dr. Triyonowati, M.Si.

2. Dr. Anindhyta Budiarti, S.E., M.M.

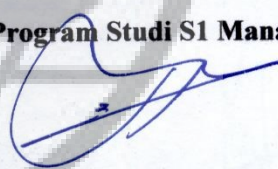
Dinyatakan memenuhi syarat dan diterima

Oleh:

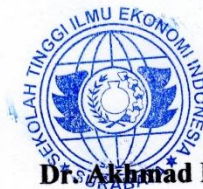
Dosen Pembimbing

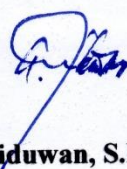
Ketua Program Studi S1 Manajemen


Dr. Suwitho, M.Si.


Dra. Tri Yuniati, M.M.

Ketua STIESIA




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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : SIBUT

N.P.M. : 12.1.02.05489

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ULANG KONSUMEN MINIMARKET ALFAMART DI SURABAYA

dan dimajukan untuk diuji pada tanggal 12 Maret 2016, 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 akui 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 diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. 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, 12 Maret 2016

Yang membuat pernyataan,



Sibut

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Sibut
NPM : 12.1.02.05489
Program Studi : S1 Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Sampit, 26 Mei 1994
Agama : Islam
Jumlah Saudara/Anak ke : 3/3
Alamat Rumah : Jl.Sampurna Barat No.89, Sampit
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Munidin
Alamat Rumah/Telepon : Jl.Sampurna Barat No.89, Sampit
085346842212
Pekerjaan : Wiraswasta

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SDN 1 Sawahan, Sampit Tahun 2000-2006
2. Tamat MTS di MTS PPKP, Sampit Tahun 2006-2009
3. Tamat SMK di SMK Negeri 1, Sampit Tahun 2009-2012
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I-VII	2012-2016	-

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya

Sibut

DAFTAR ISI

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	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
INTISARI	xiv
ABSTRACT	xv
BAB 1: PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	7
BAB 2: TINJAUAN TEORETIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	8
2.1 Tinjauan Teoretis	8
2.1.1 Konsep Pemasaran	8
2.1.2 Bauran Pemasaran	11
2.1.3 Karakteristik Jasa	28
2.1.4 Keputusan Pembelian	31
2.1.5 Pembelian Ulang	35
2.1.6 Penelitian Terdahulu	37
2.1.7 Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Ulang	39
2.2 Rerangka Pemikiran	45
2.3 Perumusan Hipotesis	47
BAB 3:	METODA PENELITIAN 49
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian	49
3.1.1 Jenis Penelitian	49
3.1.2 Populasi Penelitian	49
3.2 Teknik Pengambilan Sampel	49
3.3 Teknik Pengumpulan Data	50
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	51
3.4.1 Variabel	51
3.4.2 Definisi Operasional Variabel dan Indikator	51
3.4.3 Pengukuran Variabel	54
3.5 Teknik Analisis Data	55
3.5.1 Uji Instrumen	55
3.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda	56

3.5.3 Uji Asumsi Klasik	56
3.5.4 Uji Kelayakan Model (Uji F)	57
3.5.5 Koefisien Determinasi (R Square)	58
3.5.6 Pengujian Hipotesis (Uji t).....	58
3.5.7 Koefisien Determinasi Parsial (r^2)	59
BAB 4:.....	HASIL PENEITIAN DAN PEMBAHASAN 60
4.1 Hasil Penelitian	60
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	62
4.1.2 Analisis Deskripsi Hasil Penelitian	65
4.1.3 Uji Instrumen	77
4.1.4 Analisis Regresi Linier Berganda	79
4.1.5 Uji Asusmsi Klasik	82
4.1.6 Uji Kelayakan Model (Uji F).....	85
4.1.7 Koefisien Determinasi (R Square)	86
4.1.8 Pengujian Hipotesi (Uji t).....	87
4.1.9 Uji Koefisien determinasi parsial (r^2).....	89
4.2 Pembahasan	91
4.2.1 Pengaruh Produk terhadap Pembelian Ulang Konsumen	91
4.2.2 Pengaruh Harga terhadap Pembelian Ulang Konsumen	92
4.2.3 Pengaruh Lokasi terhadap Pembelian Ulang Konsumen	92
4.2.4 Pengaruh Promosi terhadap Pembelian Ulang Konsumen	93
4.2.5 Pengaruh Orang terhadap Pembelian Ulang Konsumen	94
4.2.6 Pengaruh Bukti Fisik terhadap Pembelian Ulang Konsumen	95
4.2.7 Pengaruh Proses terhadap Pembelian Ulang Konsumen	95
BAB 5:.....	PENUTUP 97
5.1 Simpulan.....	97
5.2 Saran.....	97

JADWAL PENELITIAN
 DAFTAR PUSTAKA
 LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Model Komunikasi.....	23
2. Model Proses Pembelian Lima Tahap.....	33
3. Rerangka Pemikiran.....	46
4. Model Penelitian.....	47
5. Grafik Normalitas.....	83
6. Heteroskedaktisitas pada Regresi Linier Berganda.....	85



DAFTAR TABEL

Tabel

Halaman

1. <i>Mapping</i> Persamaan dan Perbedaan Penelitian	38
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	64
5. Distribusi Frekuensi Berkaitan dengan Produk	66
6. Distribusi Frekuensi Berkaitan dengan Harga.....	67
7. Distribusi Frekuensi Berkaitan dengan Lokasi.....	69
8. Distribusi Frekuensi Berkaitan dengan Promosi	71
9. Distribusi Frekuensi Berkaitan dengan Orang.....	71
10. Distribusi Frekuensi Berkaitan dengan Bukti Fisik	73
11. Distribusi Frekuensi Berkaitan dengan Proses	75
12. Distribusi Frekuensi Berkaitan dengan Pembelian Ulang.....	76
13. Hasil Analisis Uji Validitas	78
14. Hasil Uji Reliabilitas	79
15. Perhitungan Regresi Linier Berganda	80
16. Uji Multikolinearitas	84
17. Uji F	86
18. Koefisien Determinasi (R Square)	86
19. Uji t	87
20. Koefisien Determinasi Parsial	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuesioner.
2. Tabulasi Hasil Kuesioner.
3. Distribusi Frekuensi.
4. Hasil Uji Instrumen.
5. Hasil Uji *Regression*.
6. Surat Pengantar ke Dosen Pembimbing.
7. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi.
8. Surat Ijin Riset ke Instansi.
9. Surat Keterangan Selesai Riset.
10. Sertifikat Seminar Ekuitas.

