

**ANALISIS PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN BELANJA DI TOSERBA  
DAN SWALAYAN ZAM-ZAM SALATIGA**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pemasaran pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

**Oleh:**

**ROY ARDANI M**  
B 100 020 265

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2007**

## **HALAMAN PENGESAHAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP PENGAMBILAN  
KEPUTUSAN BELANJA DI TOSERBA DAN SWALAYAN ZAM-ZAM  
SALATIGA**

Yang ditulis oleh:

**NAMA : ROY ARDANI M.**

**NIM : B 100 020 265**

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Oktober 2006  
Pembimbing

Imronudin, SE.,M.Si.

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi

Drs. H. Syamsudin, MM.

## MOTTO

*Barangsiapa berjalan untuk menuntut ilmu maka Allah akan memudahkan baginya jalan ke surga.*

(HR. Muslim)

*.....Dan apabila dikatakan “berdiri kamu maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa-apa yang kamu kerjakan.*

(Qs. Mujadillah: 11)

## **PERSEMBAHAN**

Karya sederhana ini kupersembahkan kepada:

1. Bapak dan Ibuku tercinta yang telah mendidik dan membesarkan aku dengan untaian doa dan kasih sayang yang selalu mengiringi langkahku.
2. Temen-temenku
3. Almamaterku

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillahirrabil'alamien, puji syukur yang tak terhingga penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan kedalam kalbu manusia gudang ilmu pengetahuan serta limpahan rahman dan rahkim-Nya yang tidak terhingga kepada hamba-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul: **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA PENGIRIMAN BARANG TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI GARUDA EXPRESS DELIVERY SURAKARTA.”**

Sholawat dan salam kucurahkan kepada junjunganku Rasulullah Muhammad SAW yang dengan perjuangannya telah menghantarkan kita menjadi umat pilihan terlahir untuk umat manusia demi menuju ridho-Nya.

Skripsi ini disusun dan diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Setiaji, MS., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta beserta jajaran & staf tingkat Universitas.
2. Bapak Drs. H. Syamsudin, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM., ketua Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Imronudin, SE., M.Si, selaku pembimbing skripsi yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis sejak awal

sampai akhir penulisan skripsi dengan penuh perhatian dan kesabaran memberikan pengarah dan petunjuk-petunjuk yang sangat berharga bagi penulis.

5. Ibu Hj. Ir. Irmawati, SE. M.Si., selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan petunjuk dan tuntunan selama penulis menempuh studi di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan pada penulis, semoga menjadi ilmu yang bermanfaat.
7. Bapak Kurniawan Muhammad, SH, selaku pimpinan Toserba Swalayan Zam-zam Salatiga beserta seluruh karyawan yang telah memberi kesempatan untuk melaksanakan penelitian, memberi data-data serta informasi yang berhubungan dengan pelaksanaan penelitian ini.
8. Bapak dan Ibuku tercinta yang telah memberikan dukungan materi, serta tak henti-hentinya selalu mendoakan aku, memberi nasihat, restu, kasih sayang yang sangat berarti dalam hidupku, semoga kelak aku bisa membalasnya dan dapat membahagiakan semuanya.
9. Kakak serta adikku tercinta, terima kasih atas doa dan dorongan yang telah kalian berikan.
10. Dyah, terima kasih atas perhatian dan cintanya (udah setia nemenin aku) serta tak henti-hentinya memberikan support buat aku. Mungkin tanpa dorongan dari kamu aku belum bisa nyelesin skripsi ini. Semoga kita tetap bersama sampai nanti.
11. Nee-na, thanks buat perhatiannya.... kenangan bersamamu gak akan pernah aku lupain.

12. Sahabat-sahabat baikku, Kondom, Dondix, Ucok, Adi, terima kasih atas kebersamaannya. Kenangan-kenangan bersama kalian gak akan pernah aku lupakan.
13. Teman-temanku: Gondrong, Pa' Toy, Adick, Teguh, Lilis, Noer, Memeth, Danank, Kiky', terima kasih atas semuanya.
14. Mas dodok (Solusi computer): makasih atas waktu dan pikirannya.
15. Teman-temanku di kelas E Manajemen 2002, terima kasih atas kebersamaan dan kerjasamanya.
16. Keluarga besar Giro 8, Dicky, Irfan, Le'Sis, Doel Joni, Otong, Arip, Moel, Vary, Eko, Rosi, Uciel, Pengky. Terima kasih telah menjadikan aku bagian dari keluarga.
17. Teman-teman aku di Salatiga, Thanks atas persahabatannya.
18. Seluruh pihak yang secara langsung maupun tidak langsung membantu kelancaran penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya penulis hanya dapat berdoa semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Amien.

Surakarta, Desember 2006

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN MOTTO .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAKSI .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Manfaat Penelitian .....	3
E. Sistematika Penulisan .....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Manajemen Pemasaran.....	5
B. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing mix</i> ).....	7
C. Hipotesis.....	43



### BAB III METODE PENELITIAN

A. Kerangka Pemikiran.....	44
B. Populasi dan Sampel .....	44
C. Data dan Sumber Data .....	45
D. Metode Pengumpulan Data .....	45
E. Analisis Pengumpulan Data .....	46
F. Analisis Data .....	49

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Responden.....	56
B. Pengujian Instrumen.....	59
C. Pengujian Asumsi Klasik.....	62
D. Analisis Data .....	64
E. Pembahasan.....	72

### BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan .....	78
B. Keterbatasan.....	79
C. Saran Untuk Peneliti yang akan Datang.....	66
D. Saran-saran.....	67

### DAFTAR PUSTAKA

### LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	45
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Bulan .....	46
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Reliability ( $X_1$ ) .....	47
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Responsiveness ( $X_2$ ).....	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Confidence ( $X_3$ ).....	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Empathy ( $X_4$ ).....	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Tangible ( $X_5$ ).....	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	49
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas .....	50
Tabel 4.12 Deskripsi Data Penelitian .....	51
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas .....	53
Tabel 4.14 Hasil Uji Autokorelasi.....	53
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	54
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Regresi Berganda .....	56

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Konsep kepuasan.....	13
Gambar 2. Bagan Struktur Organisasi PDAM Kab. Grobogan .....	43
Gambar 3. Hasil Nilai DW .....	67

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Skor Angket Penelitian
2. Deskripsi Data Responden
3. Uji Validitas
4. Uji Reliabilitas
5. Uji Asumsi klasik
6. *Regression*

## ABSTRAKSI

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui pengaruh marketing mix terhadap pengambilan keputusan berbelanja di Toserba Swalayan ZAM-ZAM Salatiga; 2) Untuk mengetahui variabel marketing mix paling signifikan dalam pengambilan keputusan berbelanja di Toserba Swalayan ZAM-ZAM Salatiga.

Penelitian dilakukan di Toserba Swalayan ZAM-ZAM Salatiga. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pengunjung Toserba Swalayan ZAM-ZAM Salatiga dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*. Pengambilan data dilakukan dengan kuesioner serta alat analisis menggunakan regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk, harga, lokasi, dan promosi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan belanja di toserba swalayan Zam-zam. Hal ini dapat dibuktikan melalui nilai  $F_{hitung}$  sebesar 12,024 >  $F_{tabel}$  (2,46) dan nilai koefisien determinasi sebesar 30,8% yang menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel produk, harga, lokasi, dan promosi terhadap pengambilan keputusan belanja adalah sebesar 30,8% sedangkan sisanya sebesar 69,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: produk, harga, lokasi, promosi, pengambilan keputusan