

**ANALISIS PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA MINIMARKET ALFAMIDI GONILAN**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh :

Muhamad Ulinuha Basyori
B 100 140 391

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertandatangan dibawah ini telah membaca Skripsi dengan judul :

ANALISIS PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MINIMARKET ALFAMIDI GONILAN

Yang ditulis dan disusun oleh :

MUHAMAD ULINUHA BASYORI

B 100 140 391

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 20 Oktober 2018

Pembimbing utama



(Imronudin S.E, M.Si, Ph.D)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Syamsudin, S.E, M.M.)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **MUHAMAD ULINUHA BASYORI**

NIRM : **B100140391**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **“ANALISIS PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MINIMARKET ALFAMIDI GONILAN”**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 20 Oktober 2018

Yang membuat pernyataan,



(MUHAMAD ULINUHA BASYORI)

MOTO

***“Dunia Semetara Akhirat Selamanya Janganlah Berlebihan Masalah dunia
Perbanyak Ibadah Kepada ALLAH SWT”***

***“Pengalaman dan kegagalan adalah hal penting yang akan membuatmu
semakin cerdas”***

PERSEMBAHAN

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT, Tuhan pemilik jiwa dan semesta alam.
Sholawat serta Salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW.

Kupersembahkan karya ini untuk :

- Bapak Marpono dan Rusmiatun, orang tua yang kucintai dan kusayangi, yang selalu memberikan do'a, motivasi dan kepercayaan setulus hati untuk mencapai cita-cita.
- Kakakku tercinta Khoirul Anam S.Ag. dan adikku tercinta Siti Khalimatus Sa'diyah dan Helmy Amanatul Azizah yang selalu menemani dan memberikan do'a-do'anya agar lebih semangat.
- Keluarga besar di Kalimantan – Ngawi terima kasih atas do'anya.
- Sahabat–sahabat terbaikku, semuanya yang tak dapat saya sebutkan satu-persatu terima kasih atas dukungan dan semangatnya.
- Teman-teman FEB Manajemen angkatan 2014, terima kasih atas persahabatan dan kebersamaannya.
- Segenap rekan-rekan yang telah memberikan do'a dan dukungan.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *marketing mix* dengan variabel berupa produk, harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian pada minimarket Alfamidi Gonilan. Metode pengambilan sampel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Accidental sampling. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang berulang kali membeli di Alfamidi Gonilan sehingga Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Regresi linear berganda untuk menguji model yang dihipotesiskan secara statistik, serta untuk menentukan sejauh mana menggunakan model yang diajukan konsisten dengan data sampel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk, harga, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Manajemen perusahaan seharusnya membenahi lokasi agar konsumen tertarik dan *loyal* dalam melakukan keputusan pembelian

Kata kunci : produk, harga, lokasi, promosi, keputusan pembelian.

ABSTRACTION

The purpose of this study was to determine the effect of marketing mix with variables in the form of products, prices, locations and promotions on purchasing decisions in Alfamidi Gonilan minimarkets. The sampling method used in this study is Accidental sampling. The population of this study were consumers who repeatedly bought in Alfamidi Gonilan so that the sample taken in this study were 100 respondents. Multiple linear regression to test models that are hypothesized statistically, and to determine the extent to which the proposed model is consistent with the sample data. The results of this study indicate that products, prices, and promotions have a positive and significant effect on purchasing decisions while location variables have no significant effect on purchasing decisions. Company management should fix the location so that consumers are interested and loyal in making purchasing decisions

Keywords: product, price, location, promotion, purchase decision

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikumWr. Wb.

Allhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Pengaruh Desain Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Imitasi (Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)”, tidak lupa sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Rosulullah Muhammad SAW yang dengan perjuangan yang telah menghantarkan kita menjadi umat yang terpilih, terlahir untuk seluruh manusia demi Ridho-Nya.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku rector Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta
2. Bapak Dr. H. Syamsudin, M. M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta
3. Bapak Imronudin, SE, M.Si, Ph. D selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan juga Dosen pembimbing yang membantu penulis dalam menyelesaikan
4. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya Jurusan Manajemen yang rela membimbing dan menyalurkan ilmu-ilmunya kepada mahasiswa serta telah membantu dalam bidang akademik dan administrasi mahasiswa.

5. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu memberikan kasih sayang dan tiada bosan memberikan dukungan baik spiritual maupun material serta tak pernah bosan mendoakan dan menasehati demi keberhasilan penulis.
6. Sahabat dan yang terkasih tak pernah bosan menemani sejak awal perkuliahan dimulai, dan selalu memberikan masukan yang bermanfaat bagi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak bias penulis sebutkan satu persatu namun memiliki arti dalam penyelesaian karya ini. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Untuk itu segala saran dan kritik yang membangun semoga berguna bagi penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Amiin,

Surakarta, Oktober 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
<i>ABSTRACTION</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. TinjauanTeori	8
B. Penelitian Terdahulu	19
C. Pengembangan Hipotesis	21
D. Kerangka Pemikiran.....	24

BAB III METODE PENELITIAN.....	25
A. Jenis Penelitian.....	25
B. Populasi dan Sampel	25
C. Metode Pengumpulan Data	27
D. Definisi Oprasional dan Pengukuran Variabel.....	27
E. Metode Analisis Data	30
F. Uji Validitas dan Uji Realibilitas	31
G. Uji Asumsi Klasik	32
H. Analisis Regresi Linear Berganda.....	33
 BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	 37
A. Gambaran Umum Responden	37
B. Statistik Deskriptif.....	39
C. Pengujian Data	41
D. Uji Asumsi Klasik.....	45
E. Uji Regresi Linear Berganda.....	48
F. Uji Koefisien Determinasi.....	50
G. Uji F.....	51
H. Uji t.....	52
I. Pembahasan.....	53
 BAB V PENUTUP.....	 57
A. Kesimpulan.....	57
B. Keterbatasan Penelitian	58
C. Saran.....	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1	Definisi Oprasional dan Variabel	29
Tabel 4.1.	Jenis Kelamin Responden.....	38
Tabel 4.2.	Umur Responden	39
Tabel 4.3.	Statistik Deskriptif	40
Tabel 4.4.	Hasil Uji Validitas Produk.....	41
Tabel 4.5.	Hasil Uji Validitas Harga	42
Tabel 4.6.	Hasil Uji Validitas Lokasi	42
Tabel 4.7.	Hasil Uji Validitas Promosi.....	43
Tabel 4.8.	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	43
Tabel 4.9.	Hasil Pengujian Realibilitas	44
Tabel 4.10.	Hasil Uji Normalitas Data	45
Tabel 4.11.	Hasil Uji Heterokedastisitas	46
Tabel 4.12.	Hasil Uji Mutikolinearitas	47
Tabel 4.13.	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	49
Tabel 4.14.	Hasil Uji Koefisien Determinasi	50
Tabel 4.15.	Hasil Uji F	51
Tabel 4.16.	Hasil Analisis Uji t	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	24
--------------------------------------	----