

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
OLEH KONSUMEN PADA WARUNG NASI “BEBEK SINJAY”
DI JALAN RAYA KETENGAN BANGKALAN

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur



OLEH :

SUWAIFI MUNIR
NPM 1142010012

KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “ VETERAN “ JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA

2017

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
OLEH KONSUMEN PADA WARUNG NASI “BEBEK SINJAY”
DI JALAN RAYA KETENGAN BANGKALAN**

Oleh:

Suwaifi Munir
NPM: 1142010012

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada Tanggal 24 Mei 2017

PEMBIMBING

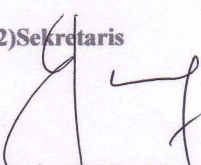
TIM PENGUJI

1)Ketua

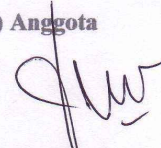

Dr.Drs.Eddy Poernomo, SE, MM
NIP. 195408251984031001


Dr.Drs.Eddy Poernomo, SE, MM
NIP. 195408251984031001

2)Sekretaris

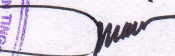

Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

3) Anggota


Susi Hariyawati, S.Sos, M.Si
NIP. 196402151991032001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur




Dr. Lukman Arif, M.Si
NIP. 196411021994031001

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
OLEH KONSUMEN PADA WARUNG NASI “BEBEK SINJAY” DI JALAN
RAYA KETENGAN BANGKALAN**

Disusun Oleh :

Suwaifi Munir

NPM. 1142010012

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama



Dr. Drs. Eddy Poernomo, SE, MM

NIP. 195408251984031001

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**



Dr. Luqman Arif, M.Si

NIP. 196411021994031001

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN OLEH KONSUMEN PADA WARUNG NASI “BEBEK SINJAY”
DI JALAN RAYA KETENGAN BANGKALAN

Oleh :

SUWAIFI MUNIR

NPM. 1142010012

ABSTRAK

Akhir-akhir ini memang semakin banyak bisnis kuliner yang menawarkan makanan atau minuman dengan nama unik yang dipadukan dengan berbagai varian rasa. Mulai dari yang tradisional sampai yang modern. Salah satu jenis kuliner yang terkenal karena memiliki nama rasa yang khas di Bangkalan adalah Warung Nasi Bebek Sinjay. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan dan parsial produk, harga, promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian oleh konsumen pada Warung Nasi “Bebek Sinjay” di Jalan Raya Ketengan Bangkalan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Warung Nasi “Bebek Sinjay” di Jalan Raya Ketengan Bangkalan yang tidak diketahui jumlahnya (unknown population). Sampel yang digunakan adalah jumlah responden yang diambil sebanyak 97 konsumen yang pernah membeli dan mengkonsumsi makanan di Warung Nasi “Bebek Sinjay”. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden (konsumen). Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, dengan menggunakan uji simultan (uji F), dan uji parsial (uji t).

Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa secara simultan variabel produk, harga, promosi dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Warung nasi “Bebek Sinjay” di Jalan Raya Ketengan dengan ditunjukkan nilai $F_{hitung} (25,972) > F_{tabel} (2,47)$.

Kemudian hasil perhitungan secara parsial variabel produk (X_1), variabel harga (X_2) dan promosi (X_3) mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sedangkan variabel lokasi (X_4) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) hal ini dikarenakan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$.

Kata Kunci : Produk (X_1), Harga (X_2), Promosi (X_3), Lokasi (X_4), dan Keputusan Pembelian (Y).

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proporsal ini dengan baik dan tepat waktu. Dengan ini penulis mengambil judul dalam penyusunan proposal yaitu “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen pada Warung Nasi Bebek Sinjay di Jalan Raya Ketengan Bangkalan”.

Pada kesempatan ini tak lupa penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan dan dukungan dalam penyusunan proposal ini, Terutama sekali penulis ucapkan terima kasih kepada bapak Dr. Drs. Eddy Poernomo, SE, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat serta motivasi kepada penulis. Dan penulis juga banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik itu berupa moril, spiritual maupun materil. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Drs.H. Lukman Arif, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Sonja Andarini, M.Si selaku koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Poilitik.
3. bapak/ibu Dosen Ilmu Administrasi Bisnis yang telah banyak memberikan pengetahuan berupa materi yang bersangkutan dengan proposal ini.

4. Orang tua, keluarga dan calon istri yang tiada henti memberikan doa, semangat, dukungan dan motivasi kepada penulis mulai dari daftar kuliah sampai penyelesaian proposal ini.
5. Sahabat dan Teman – teman Adminitrasi Bisnis 2011 yang selalu membantu penulis selama masa perkuliahan sampai penulisan proposal ini.
6. Bapak Zainal beserta istrinya Ibu Muslihah selaku pemilik usaha Warung Nasi Bebek Sinjay yang telah berkenan memberikan informasi dan waktunya kepada peneliti.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan proposal ini banyak terdapat kekurangan. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan penulisan proposal ini. Akhirnya, dengan segala keterbatasan yang penulis miliki semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi semua pihak umumnya dan penulis pada khususnya.

Surabaya , Mei 2017

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAKSI	xiii
LAMPIRAN	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.3 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 Pemasaran	10
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran	10

2.2.1.2 Manajemen Pemasaran	11
2.2.1.3 Konsep Pemasaran	12
2.2.1.4 Stratetgi Pemasaran	14
2.2.1.5 Bauran Pemasaran	15
2.2.2 Produk	17
2.2.2.1 Pengertian Produk	17
2.2.2.2 Klasifikasi Produk	18
2.2.2.3 Kualitas Produk	21
2.2.3 Harga	22
2.2.3.1 Pengertian Harga	22
2.2.3.2 Penetapan Harga	23
2.2.4 Promosi	25
2.2.4.1 Pengertian Promosi	25
2.2.4.2 Tujuan Promosi	26
2.2.4.3 Pelaksanaan Promosi	27
2.2.4.4 Bauran Promosi	28
2.2.4.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Promosi	29
2.2.5 Lokasi	31
2.2.5.1 Pengertian Lokasi	31
2.2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Lokasi	32
2.2.6 Perilaku Konsumen	33
2.2.6.1 Pengertian Perilaku Konsumen	33

2.2.6.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku	
Konsumen	34
2.2.7 Keputusan Pembelian	37
2.2.7.1 Pengertian Keputusan Pembelian	37
2.2.7.2 Proses Keputusan Pembelian	38
2.2.7.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan	
Pembelian	41
2.2.8 Kerangka Berpikir	42
2.2.9 Hipotesis	45
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	46
3.1.1 Definisi Operasional	46
3.1.2 Pengukuran Variabel	48
3.2 Populasi, Sampel, Dan Penarikan Sampel	49
3.2.1 Populasi	49
3.2.2 Sampel	49
3.2.3 Teknik Penarikan Sampel	50
3.3 Teknik Pengumpulan Data	51
3.3.1 Sumber Data	51
3.3.2 Jenis Data	51
3.3.3 Pengumpulan Data	51
3.4 Uji Validitas Dan Reliabilitas	51

3.4.1 Uji Validitas	51
3.4.2 Uji Reliabilitas	52
3.5 Analisis Asumsi Klasik	53
3.5.1 Normalitas	54
3.5.2 Multikolinearitas	54
3.5.3 Heterokedastisitas	55
3.6 Teknik Analisis Dan Uji Hipotesis	56
3.6.1 Teknik Analisis	56
3.6.2 Uji Hipotesis	57
3.6.2.1 Uji F	57
3.6.2.2 Uji t	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	61
4.1.1 Sejarah Singkat	61
4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.1.3 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia ..	64
4.1.4 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
4.2 Penyajian data	65
4.2.1 Variabel Produk (X_1)	66
4.2.2 Variabel Harga (X_2)	67
4.2.3 Variabel Promosi (X_3)	69

4.2.4 Variabel Lokasi (X_4)	70
4.2.5 Variabel Keputusan Pembelian di (Y)	72
4.3 Hasil uji validitas dan reliabilitas	74
4.4 Analisis dan Pembahasan	77
4.4.1 Uji Asumsi Klasik	77
4.4.2 Analisis Statistik Regresi Linear Berganda	81
4.4.3 Pengujian Hipotesis	84
4.5 Pembahasan	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran untuk warung Nasi Bebek “Sinjay”	93
DAFTAR PUSTAKA	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Data Penjualan Warung Nasi Bebek Sinjay Tahun 2016	5
Tabel 4.1.	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	64
Tabel 4.2.	Karakteristik responden berdasarkan usia	64
Tabel 4.3.	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	65
Tabel 4.4.	Hasil tanggapan responden terhadap variabel produk	66
Tabel 4.5.	Hasil tanggapan responden terhadap variabel harga	68
Tabel 4.6.	Hasil tanggapan responden terhadap variabel promosi	69
Tabel 4.7.	Hasil tanggapan responden terhadap variabel lokasi	71
Tabel 4.8.	Hasil tanggapan responden terhadap keputusan pembelian	73
Tabel 4.9.	Validitas masing – masing item variabel bebas	75
Tabel 4.10.	Validitas masing – masing item variabel keputusan pembelian .	75
Tabel 4.11.	Hasil uji reliabilitas	76
Tabel 4.12.	Nilai VIF (Variance Infaltion factor)	77
Tabel 4.13.	Hasil pengujian heterohedastisitas	78
Tabel 4.14.	Tes auto korelasi	80
Tabel 4.15.	Hasil analisis regresi berganda	81
Tabel 4.16.	Analisis varian.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Kerangka Berfikir	44
Gambar 3.1.	Daerah Penerimaan /Penolakan Hipotesis Secara Simultan ...	58
Gambar 3.2.	Daerah Penerimaan/Penolakan Hipotesis Secara Parsial	60
Gambar 4.1.	Distribusi kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis secara simultan atau keseluruhan	85
Gambar 4.2.	Kurva distribusi hasil analisis secara parsial faktor produk terhadap keputusan pembelian di warung nasi bebek “Sinjay”	86
Gambar 4.3.	Kurva distribusi hasil analisis secara parsial faktor harga terhadap keputusan pembelian di warung nasi bebek “Sinjay”	87
Gambar 4.4.	Kurva distribusi hasil analisis secara parsial faktor promosi terhadap keputusan pembelian di warung nasi bebek “Sinjay”.	88
Gambar 4.5.	Kurva distribusi hasil analisis secara parsial faktor lokasi terhadap keputusan pembelian di warung nasi bebek “Sinjay”	89

Lampiran

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Frequencies x1.1, x1.2, x1.3

Lampiran 3 Frequencies x.2.1, x2.2, x2.3

Lampiran 4 Frequencies x.3.1, x3.2, x4.1, x4.2

Lampiran 5 Frequencies x4.3, y1.1, y1.2

Lampiran 6 Frequencies y1.3, y1.4

Lampiran 7 Uji Reliabilas dan Validitas

Lampiran 8 Uji Reliabilas dan Validitas

Lampiran 9 Uji Reliabilas dan Validitas

Lampiran 10 Regression

Lampiran 11 Coefficientt

Lampiran 12 Nonparametric Correlations

Lampiran 13 Data Exsel