

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HELM MEREK INK
(Studi Pada Mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**



Oleh :

ANGGRAENI ESA PUTRI
NPM. 1342010023

**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

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HELM MEREK INK
(Studi Pada Mahasiswa FISIP UPN "Veteran" Jawa Timur Surabaya)**

Disusun Oleh :

ANGGRAENI ESA PUTRI
NPM. 1342010023

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama


Dr. Jojok D. S.Sos. M.Si.
NPT.370119500421

Mengetahui,


Dekan
Ilkhan Arif, M.Si
NIP.19641121994031001

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN HELM MEREK INK
(Studi Pada Mahasiswa FISIP UPN "Veteran" Jawa Timur)**

Oleh :


ANGGRAENI ESA PUTRI
NPM. 1342010023


**Telah Dipertahankan Dihadapan Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan
Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 31 Maret 2017**


Pembimbing Utama




Dr. Jojek D. S.Sos. M.Si
NPT. 370119500421

Tim Penguji

1. 
Dra. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 195507181983022001

2. 
Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP.196805011994032001

3. 
Dr. Jojek D. S.Sos. M.Si
NPT.370119500421


Mengetahui,

Dr. Lukman Arif, M.Si
NIP.196411021994031001

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala karunia serta rahmat-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : **“Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek Ink (Studi Pada Mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur)”**.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar dan berwujud baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada **Bapak Dr. Jojok Dwi Ridho T, S.Sos., M.Si** selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan masukan dan bimbingannya, sehingga terselesaikannya skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. 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 Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Ibu dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Kedua orang tua penulis atas segala doa, dorongan semangat dan juga kasih sayang serta kesabaran yang tiada henti dalam mendukung penyelesaian penelitian ini.
5. Muhammad Sastra Prateja yang telah setia menemani, memberi semangat dan dukungannya kepada penulis sehingga bisa terselesaikannya penelitian ini.
6. Teman – teman Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis khususnya angkatan 2013, terima kasih atas doa dan dukungannya.

Dalam penyusunan proposal penelitian ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan baik dari segi teknis maupun dalam segi penyusunannya. Untuk itu, penulis senantiasa bersedia dan terbuka dalam menerima saran dan kritik yang bersifat membangun.

Besar harapan penulis agar proposal ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga Allah SWT senantiasa memberikan petunjuk bagi kita semua. Amin.

Surabaya, April 2017

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Landasan Teori	18
2.2.1 Pemasaran.....	18

2.2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	18
2.2.1.2 Konsep Pemasaran.....	19
2.2.1.3 Strategi Pemasaran	21
2.2.2 Bauran Pemasaran	23
2.2.3 Produk (<i>Product</i>)	24
2.2.3.1 Pengertian Produk.....	24
2.2.3.2 Strategi Produk	25
2.2.3.3 Kualitas Produk	27
2.2.4 Harga (<i>Price</i>)	29
2.2.4.1 Pengertian Harga	29
2.2.4.2 Penetapan Harga	30
2.2.5 Promosi (<i>Promotion</i>)	31
2.2.5.1 Pengertian Promosi.....	31
2.2.5.2 Tujuan Promosi.....	32
2.2.5.3 Bentuk-Bentuk Promosi	33
2.2.5.4 Faktor Yang Mempengaruhi Promosi	34
2.2.6 Distribusi (<i>Distribution</i>)	37
2.2.6.1 Pengertian Distribusi	37
2.2.6.2 Fungsi-Fungsi Distribusi	38

2.2.7 Keputusan Pembelian	38
2.2.7.1 Pengertian Keputusan Pembelian	38
2.2.7.2 Proses Keputusan Pembelian.....	39
2.2.7.3 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	43
2.3 Kerangka Berfikir	45
2.4 Hipotesis	47
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	49
3.1 Definisi Operasional & Pengukuran Variabel	49
3.1.1 Definisi Operasional	49
3.1.2 Pengukuran Variabel	52
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	52
3.2.1 Populasi	52
3.2.2 Sampel	53
3.2.3 Teknik Penarikan Sampel.....	54
3.3 Sumber, Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	54
3.3.1 Sumber Data	54
3.3.2 Jenis Data.....	55
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data	55

3.4 Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	55
3.4.1 Analisis Data.....	55
3.4.1.1 Uji Validitas.....	56
3.4.1.2 Uji Reliabilitas.....	57
3.4.1.3 Uji Asumsi Klasik	57
3.4.1.3.1 Uji Multikolinieritas	58
3.4.1.3.2 Uji Autokorelasi	59
3.4.1.3.3 Uji Heteroskedastisitas	60
3.4.1.3.4 Uji normalitas	61
3.4.1.4 Analisis Regresi Linear Berganda	61
3.4.2 Uji Hipotesis	62
3.4.2.1 Uji F.....	62
3.4.2.2 Uji t.....	64
3.4.2.3 Uji Dominan	65
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Gambaran Obyek Penelitian dan Penyajian Data.....	67
4.1.1 Gambaran Obyek Penelitian.....	67
4.1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	67
4.1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	70

4.1.1.2.1	Visi Perusahaan	70
4.1.1.2.2	Misi Perusahaan.....	71
4.1.1.2.3	Lokasi Perusahaan	71
4.1.2	Penyajian Data.....	71
4.1.2.1	Karakteristik Responden.....	71
4.1.2.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	71
4.1.2.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
4.1.2.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Semester Perkuliahan	72
4.1.2.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	73
4.1.2.2	Deskriptif Variabel Bauran Pemasaran	74
4.1.2.2.1	Deskriptif Variabel Produk (X_1).....	74
4.1.2.2.2	Deksriptif Variabel Harga (X_2).....	75
4.1.2.2.3	Deskriptif Variabel Promosi (X_3)....	77
4.1.2.2.4	Deskriptif Variabel Distribusi (X_4)..	77
4.1.2.2.5	Deksriptif Variabel Keputusan	

Pembelian (Y).....	78
4.2 Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	80
4.2.1 Hasil.....	80
4.2.1.1 Uji Validitas.....	80
4.2.1.2 Uji Reliabilitas.....	81
4.2.1.3 Uji Asumsi Klasik	82
4.2.1.3.1 Uji Multikolinearitas.....	82
4.2.1.3.2 Uji Autokorelasi	83
4.2.1.3.3 Uji Heteroskedastisitas	84
4.2.1.3.4 Uji Normalitas	85
4.2.1.4 Analisis Regresi Linear Berganda	87
4.2.1.5 Uji Hipotesis	88
4.2.1.5.1 Uji F.....	88
4.2.1.5.2 Uji t.....	90
4.2.1.5.3 Uji Dominan	96
4.2.2 Pembahasan	97
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	102
5.1 Kesimpulan	102
5.2 Saran.....	103

DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN.....	107

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Helm.....	8
Tabel 3.2 Dasar Pengambilan Keputusan.....	59
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	71
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester Perkuliahan	73
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	74
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel Produk (X_1).....	75
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Harga (X_2)	76
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Promosi (X_3).....	77
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel Distribusi (X_4)	78
Tabel 4.9 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	79
Tabel 4.10 Deskriptif Hasil Uji Validitas.....	81
Tabel 4.11 Deskriptif Hasil Uji Reliabilitas	82
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	83
Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi.....	84
Tabel 4.14 Uji Normalitas	86

Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	87
Tabel 4.15 Hasil Perhitungan Uji F.....	89
Tabel 4.16 Hasil Perhitungan Uji t.....	91
Tabel 4.17 Hasil Perhitungan Uji Dominan	97

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	40
Gambar 2.2 Peran-Peran Pembelian Konsumen.....	43
Gambar 2.3 Kerangka Berfikir	46
Gambar 3.1 Daerah Penerimaan / Penolakan Hipotesis Secara Simultan.....	64
Gambar 3.2 Daerah Penerimaan / Penolakan Hipotesis Secara Parsial	65
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	85
Gambar 4.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis Uji t.....	90
Gambar 4.3 Kriteria Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel X_1	92
Gambar 4.4 Kriteria Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel X_2	93
Gambar 4.5 Kriteria Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel X_3	94
Gambar 4.6 Kriteria Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel X_4	96

ABSTRAK

ANGGRAENI ESA PUTRI, ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HELM MEREK INK (STUDI PADA MAHASISWA FISIP UPN “VETERAN” JAWA TIMUR).

Penelitian ini menaruh perhatian pada masalah yang terkandung dalam bauran pemasaran. Dengan adanya penelitian ini dapat memberikan masukan bagi perusahaan untuk meningkatkan bauran pemasaran dengan baik. Bauran pemasaran yang digunakan meliputi produk, harga, promosi dan distribusi. Tujuan penelitian ini yang hendak dicapai adalah untuk menganalisis pengaruh secara simultan dan parsial bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, promosi dan distribusi terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini bersifat kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer yaitu berdasarkan kuesioner. populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang membeli dan menggunakan helm INK. Sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Unknown Population*. Dalam pengolahan data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik yang meliputi uji multikolinieritas, autokorelasi dan heteroskedastisitas dan analisis regresi linear berganda, serta uji hipotesis yang meliputi uji F, uji t dan uji dominan.

Berdasarkan hasil analisis data, secara simultan dan parsial bauran pemasaran yang meliputi variabel produk (X_1), harga (X_2), promosi (X_3) dan distribusi (X_4) berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y). variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan konsumen adalah variabel produk.

Kata Kunci: Produk, Harga, Promosi, Distribusi , Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

ANGGRAENI ESA PUTRI, ANALYSIS OF MARKETING MIX EFFECT ON THE DECISION TO PURCHASE BRAND INK HELM (STUDIES COLLEGE STUDENTS FISIP UPN "VETERAN" EAST JAVA).

This research is concerned with the issues contained in the marketing mix. Given this research can provide input for the company to increase marketing mix well. Marketing mix used include product, price, promotion and distribution. The purpose of this study is to be achieved is to analyze the influence simultaneously and partially covering the marketing mix of product, price, promotion and distribution of the purchasing decision.

This research is quantitative. The data used is primary data that is based on kuesioner. populasi in this study were students who buy and use helmets INK. The sample in this study using the formula Unknown Population. In processing the data using validity, reliabilitasdan classic assumption test which includes test multicollinearity, autocorrelation and heteroskedasticity and multiple linear regression analysis, and hypothesis testing which includes the F test, t test and dominant.

Based on the analysis of data, simultaneously and partially covering the marketing mix variable product (X1), price (X2), promotion (X3) and distribution (X4) influence the purchase decision variable (Y). Yag most dominant variable influencing consumer decision is a variable product.

Keywords: Product, Price, Promotion, Distribution, Purchasing Decision.