

**PENGARUH PRODUK, PENETAPAN HARGA , DAN DISTRIBUSI
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI DI KARITA
MOESLIM SQUARE NGAGEL SURABAYA**

SKRIPSI

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



Oleh :

KINANTY JULIEA SEKAR PUTRI

NPM. 1342010077

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

2016

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH PRODUK, PENETAPAN HARGA, DAN DISTRIBUSI
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI DI
KARITA MOSLEM SQUARE NGAGEL SURABAYA

Disusun oleh :

KINANTY JULIEA SEKAR PUTRI

NPM.1342010077

Telah Disetujui untuk mengikuti Ujian Lisan atau Skripsi

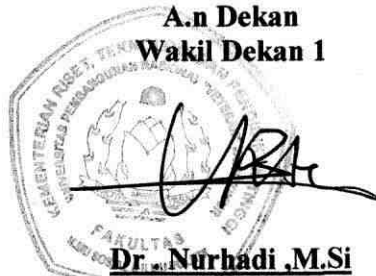
Menyetujui,

PEMBIMBING



SUSI HARIYAWATI, S.Sos, M.Si
NIP.1964021519910320001

Mengetahui,
A.n Dekan
Wakil Dekan 1



Dr. Nurhadi, M.Si
NIP.196902011994031001

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH PRODUK, PENETAPAN HARGA, DAN DISTRIBUSI
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI DI
KARITA MOSLEM SQUARE NGANGEL SURABAYA

OLEH :

KINANTY JULIEA SEKAR PUTRI

NPM. 1342010077

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 08 Desember 2016

Pembimbing Utama



Susi Hariyawati, S.Sos, M.Si.
NIP. 1964021519910320001


Tim Penguji :

1. Ketua



Dr. Eddy Poernomo, SE, MM
NIP. 195408351984031001

2. Sekretaris



Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 1960092419930320001

3. Anggota



Susi Hariyawati, S.Sos, M.Si
NIP. 1964021519910320001

Mengetahui,

Wakil Sementara Dekan



Dr. Nurhadi, M.Si
NIP. 196902011994031001

ABSTRAK

KINANTY JULIEA SEKAR PUTRI - 1342010077, PENGARUH PRODUK, PENETAPAN HARGA DAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI DI KARITA MOSLEM SQUARE NGAGEL SURABAYA.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh produk, penetapan harga dan distribusi terhadap keputusan konsumen membeli di Karita Moslem Square Ngagel Surabaya. Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen produk, penetapan harga dan distribusi dengan satu variabel dependen yaitu keputusan membeli, dalam penelitian ini menitikberatkan pada faktor - faktor yang dapat menyebabkan konsumen melakukan keputusan membeli, yaitu faktor produk, penetapan harga dan distribusi.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 97 konsumen Karita Moslem Square Ngagel Surabaya sebagai sampel penelitian dengan menggunakan rumus populasi *unknwon population*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif, yaitu uji reabilitas, uji validitas, uji asumsi klasik, uji t dan uji F serta analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil analisis data, menunjukkan bahwa hasil uji F ($5,213 > 2,70$) variabel produk, penetapan harga dan distribusi memiliki hasil pengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan membeli. Hasil uji t variabel Produk (X_1) adalah $0,506 < 1,985$, artinya tidak berpengaruh terhadap keputusan membeli. Variabel Penetapan Harga (X_2) adalah $0,542 > 1,985$, artinya tidak berpengaruh terhadap keputusan membeli. Sedangkan variabel Distribusi (X_3) adalah $2,920 > 1,985$, artinya Distribusi berpengaruh terhadap keputusan membeli.

Kata Kunci : Produk, Penetapan Harga, Ditribusi dan Keputusan Membeli

ABSTRACT

KINANTY JULIEA SEKAR PUTRI - 1342010077, EFFECT OF PRODUCTS, PRICING AND DISTRIBUTION OF CONSUMER PURCHASE DECISION IN Karita MOSLEM NGAGEL SQUARE SURABAYA.

This study aimed to analyze the effect of product, pricing and distribution to the consumer's decision to buy in Karita Moslem Square Ngagel Surabaya. This study uses three independent variable product, pricing and distribution of the dependent variable is the decision to buy, in this study focuses on the factors - factors that may cause the consumer to make a decision to buy, the product factor, pricing and distribution.

The data in this study were collected by distributing questionnaires to 97 consumers Karita Moslem Square Ngagel Surabaya as samples by using the formula unknwon population population. Data analysis method used is quantitative analysis, the test reliability, validity, classic assumption test, t test and F as well as multiple linear regression analysis.

Based on the analysis of data, test results show that F (5.213 > 2.70) variable product, pricing and distribution have the results of simultaneous influence on purchase decision variables. Product variables t-test was 0.506 < 1.985, meaning no effect on purchase decisions. Variable Pricing is 0.542 > 1.985, meaning no effect on purchase decisions. While the variable distribution is 2.920 > 1.985, meaning that the distribution of influence on buying decisions.

Keywords: Product, Pricing, Distribution and Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat serta kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang mengambil judul *“Pengaruh Produk, Penetapan Harga, Distribusi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli di Karita Moeslim Square Ngagel Surabaya”*.

Tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi sebahagian syarat memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis (S.Ab) bagi mahasiswa program S-1 di program studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran “ Jawa Timur. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, terutama kepada dosen pembimbing ibu Susi Hariyawati, S.Sos,M.Si. yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini ,sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati:

1. Bapak Lukman Arif, M.Si. selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran “ Jawa Timur.

2. Ibu Dra. Lia Nirawati, M.Si. selaku ketua program studi Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran “ Jawa Timur.
3. Ibu Susi Hariyawati, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan perhatian dan waktunya untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi.
4. Seluruh Staf Dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran “ Jawa Timur.
5. Untuk teman - teman angkatan 2013 terima kasih sudah bersama sama sejak pertama ospek samapai lulus.
6. Untuk kedua orang tua yang telah memberikan dukungan agar saya dapat menyelesaikan skripsi ini .
7. Untuk Agrey Tirta Nagara yang sudah memotivasi dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Surabaya, Oktober 2016

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Pemasaran.....	8
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	8
2.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	12
2.2.3 Konsep Pemasaran.....	14
2.3 Keputusan Pembelian.....	16
2.3.1 Pengertian Keputusan Membeli.....	16
2.3.2 Proses Terbentuknya Keputusan Membeli.....	17
2.3.3 Faktor Keputusan Membeli.....	18

2.4	<i>Marketing Mix</i>	30
2.4.1	Pengertian <i>Marketing Mix</i>	30
2.4.2	Aspek - Aspek <i>Marketing Mix</i>	32
2.4.3	Produk.....	33
2.4.3.1	Pengertian Produk.....	33
2.4.3.2	Atribut Produk.....	34
2.4.3.3	Klasifikasi Produk.....	38
2.4.3.4	Klasifikasi Barang Konsumen.....	39
2.4.3.5	Strategi Produk.....	40
2.4.4	Penetapan Harga.....	49
2.4.4.1	Pengertian Penetapan Harga.....	49
2.4.4.2	Tujuan Penetapan Harga.....	51
2.4.4.3	Faktor Penetapan Harga.....	52
2.4.4.4	Tahapan Penetapan Harga.....	54
2.4.5.	Distribusi.....	58
2.4.5.1	Pengertian Distribusi.....	58
2.4.5.2	Keputusan Desain Distribusi.....	59
2.4.5.3	Keputusan Saluran Distribusi.....	65
2.4.5.4	Distribusi Fisik dan Logistik.....	66
2.4	Pengaruh Produk,Harga, Distribusi terhadap Keputusan Membeli.....	67
2.6	Kerangka Berpikir.....	70

2.7 Hipotesis.....	70
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	71
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	71
3.1.1 Definisi Operasional.....	71
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	73
3.2 Populasi,Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	74
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	75
3.3.1 Jenis Data.....	75
3.3.2 Sumber Data.....	75
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	76
3.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	76
3.4.1 Uji Validitas.....	76
3.4.2 Uji Reliabilitas.....	77
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	78
3.5.1 Teknik Analisis.....	78
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	79
3.5.3 Uji Hipotesis.....	83
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	87
4.1 Gambaran Umum Dan Penyajian Data.....	87
4.1.1 Sejarah Perkembangan Perusahaan.....	87
4.2 Penyajian Data.....	90
4.2.1 Karakteristik Responden.....	90

4.2.1.1	Deskripsi Tanggapan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	90
4.2.1.2	Deskripsi Tanggapan Responden Berdasarkan Usia.....	91
4.2.2	Variabel - Variabel Penelitian.....	91
4.2.2.1	Deskripsi Tanggapan Responden Tentang Produk (X_1).....	92
4.2.2.2	Deskripsi Tanggapan Responden Tentang Penetapan Harga (X_2).....	93
4.2.2.3	Deskripsi Tanggapan Responden Tentang Distribusi (X_3).....	95
4.2.2.4	Deskripsi Tanggapan Responden Tentang Keputusan Membeli (Y).....	96
4.3	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	98
4.3.1	Uji Validitas.....	98
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	100
4.3.3	Uji Asumsi Klasik BLUE (<i>Best Linier Unbiased Estimator</i>).....	101
4.3.3.1	Uji Normalitas.....	101
4.3.3.2	Multikolinieritas.....	102
4.3.3.3	Heterokedasitas.....	103
4.3.3.4	Autokorelasi.....	104
4.3.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	105

4.3.5	Pengujian Hipotesis.....	107
4.3.5.1	Uji F (Secara Simultan).....	107
4.3.5.2	Uji t (Secara Parsial).....	109
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	114
4.4.1	Pengaruh Secara Simultan Produk (X_1), Penetapan Harga (X_2), dan Distribusi (X_3) terhadap Keputusan konsumen membeli (Y) di Karita Moslem Square Ngagel Surabaya.....	114
4.4.2	Pengaruh Secara Parsial Produk (X_1) Terhadap Keputusan Konsumen membeli (Y) di Karita Moslem Square Ngagel Surabaya.....	115
4.4.3	Pengaruh Secara Parsial Penetapan Harga (X_2) Terhadap Keputusan Konsumen membeli (Y) di Karita Moslem Square Ngagel Surabaya.....	116
4.4.4	Pengaruh Secara Parsial Distribusi (X_3) Terhadap Keputusan Konsumen membeli (Y) di Karita Moslem Square Ngagel Surabaya.....	117
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	119
5.1	Kesimpulan.....	119
5.2	Saran.....	121

DAFTAR PUSTAKA..... 122

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Laporan Penjualan Karita Moeslim Square Ngagel Surabaya bulan Agustus sampai September 2016.....	4
Tabel 3.1	Pengambilan Keputusan ada tidaknya autokorelasi....	83
Tabel 4.1	Deskripsi Tanggapan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	90
Tabel 4.2	Deskripsi Tanggapan Responden Berdasarkan Usia....	91
Tabel 4.3	Distribusi Tanggapan Responden Tentang Produk (X_1)..	92
Tabel 4.4	Distribusi Tanggapan Responden Tentang Penetapan Harga (X_2).....	94
Tabel 4.5	Distribusi Tanggapan Responden Tentang Distribusi (X_3).....	95
Tabel 4.6	Distribusi Tanggapan Responden Tentang Keputusan membeli (Y).....	97
Tabel 4.7	Uji Validitas Variabel Produk (x_1).....	98
Tabel 4.8	Uji Validitas Variabel Penetapan Harga (x_2).....	99
Tabel 4.9	Uji Validitas Distribusi (x_3).....	99
Tabel 4.10	Uji Validitas Keputusan Membeli (Y).....	100
Tabel 4.11	Uji Reliabilitas Variabel Produk (x_1), Penetapan Harga (x_2), Distribusi (x_3), dan Keputusan Membeli (Y).....	100
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas.....	102

Tabel 4.13	Uji Multikolinier.....	103
Tabel 4.14	Uji Autokorelasi.....	105
Tabel 4.15	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir.....	66
Gambar 4.1	Uji Heterokedasitas.....	104
Gambar 4.2	Kurva Daerah Penolakan / Penerimaan Ho Secara Simultan.....	109
Gambar 4.3	Kurva Daerah Penolakan dan Penerimaan Hipotesis secara Parsial X_1	110
Gambar 4.4	Kurva Daerah Penolakan dan Penerimaan Hipotesis secara Parsial X_2	112
Gambar 4.5	Kurva Daerah Penolakan dan Penerimaan Hipotesis secara Parsial X_3	113

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Data Responden
Lampiran 3	Uji Validitas
Lampiran 4	Uji Reliabilitas
Lampiran 5	Uji Normalitas
Lampiran 6	Uji Multikolinieritas
Lampiran 7	Uji Heterokedasitas
Lampiran 8	Uji Autokorelasi
Lampiran 10	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda