

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, TEMPAT, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN
MENGGUNAKAN METODE REGRESI LINIER BERGANDA DI
SURABAYA**

Disusun Oleh :

AGUNG PANDU FIRMANSYAH

1332010163

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Pengaji Skripsi
Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 17 Januari 2019

Tim Pengaji :

1.


Ir. Handoyo, M.T.
NIP. 19570209 198503 1 003

2.


Ir. Triani, M.M.T.
NIP. 19621126 198803 2 001

3.


Ir. Erlina Purnamawati, M.T.
NIP. 19580828 198903 2 001

Pembimbing :

1.


Ir. Erlina Purnamawati, M.T.
NIP. 19580828 198903 2 001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Teknik

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Surabaya


Dr. Dra. Jariyah, MP
NIP. 19650403 199103 2 001

KATA PENGANTAR

Puji Tuhan, segala puji syukur kami haturkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulisan Tugas Akhir ini dengan judul “Pengaruh Kualitas produk, Harga, Tempat, Dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Yakult Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda Di Surabaya”.

Skripsi ini disusun guna mengikuti syarat kurikulum tingkat sarjana (S1) bagi setiap mahasiswa program studi Teknik Industri Fakultas Teknik UPN “Veteran” Jawa Timur. Kami menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih kurang sempurna, penulis menerima adanya saran dan kritik untuk membenahinya.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan banyak sekali bimbingan dan juga bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Jariyah, MP. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Emawati, ST. MT. selaku Koordinator Program studi Teknik Industri, Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Ir. Erlina Purnamawati, MT selaku dosen pembimbing I Program studi Teknik Industri, Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

5. Bapak dan Ibu penguji yang membantu dalam pemberian laporan skripsi saya ini serta bantuan-bantuan lainnya.
6. Semua dosen yang pernah mengajar dan membimbing saya dan juga staff UPN yang membantu saya dalam proses pencapaian Tugas Akhir ini.
7. Untuk kedua orang tua dan Adik saya, terima kasih sebesar-besarnya atas doa dan dukungannya.
8. Teman-Teman Teknik Industri, dan teman-teman semua angkatan terutama angkatan 2013 Teknik Industri Pararel D yang sudah memberikan dukungan, saya ucapkan terima kasih.
9. Untuk seluruh Asisten Laboratorium Statistik dan Optimasi yang sudah memberikan doa dan dukungannya saya ucapkan terima kasih.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun yang dapat membantu penulis dimasa yang akan datang. Semoga laporan ini dapat bermanfaat sekaligus dapat menambah wawasan serta berguna bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 01 November 2018

Penulis

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Kriteria Reliabilitas.....	29
Tabel 2.2 Kolmogorov Smirnov.....	31
Tabel 2.3 ANOVA.....	38
Tabel 3.1 Pengambilan Sampel.....	50
Tabel 4.1 Uji Validitas.....	53
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas	55
Tabel 4.3 Uji Normalitas.....	56
Tabel 4.4 Uji Multikolinieritas.....	57
Tabel 4.5 Uji Heteroskedastisitas	59
Tabel 4.6 Uji Autokorelasi.....	60
Tabel 4.7 Analisis Regresi Linier Berganda	61
Tabel 4.8 Hasil Analisis Uji Parsial (t-test)	63
Tabel 4.9 Hasil Analisis Uji Simultan (f-test)	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Konsep Kuisioner

Lampiran 2 Data Pengisian Kuisioner (Lembar Identitas)

Lampiran 3 Data Kuisioner

Lampiran 4 Output Uji validitas dan Output Uji Reliabilitas

Lampiran 5 Output Uji Normalitas dan Output Uji Multikolinieritas

Lampiran 6 Output Uji Heteroskedastisitas, Uji Autokorelasi, Uji Analisa Regresi Linier Berganda

Lampiran 7 Tabel R

Lampiran 8 Tabel T

Lampiran 9 Tabel Durbin Watson

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Asumsi.....	3
1.5 Tujuan Penelitian.....	3
1.6 Manfaat Penelitian.....	3
1.7 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran.....	6
2.1.1 Definisi Pemasaran.....	6
2.1.2 Konsep Pemasaran.....	7
2.1.3 Konsep dan Tujuan Strategi Pemasaran.....	8
2.1.4 Definisi dan Variabel Strategi Pemasaran.....	10
2.1.5 Macam-Macam Strategi Pemasaran.....	13
2.2 Konsep Strategi Bauran Pemasaran.....	14
2.3 Pengertian Keputusan Pembelian.....	22
2.4 SPSS.....	23
2.5 Kuisioner.....	24
2.6 Populasi dan Sampel.....	25
2.6.1 Populasi.....	25
2.6.2 Sampel.....	26
2.6.3 Sasaran populasi.....	26

2.7 Uji Validitas.....	26
2.8 Uji Reliabilitas.....	27
2.9 Teknik Sampling.....	29
2.9.1 Sampling Acak Sistematik.....	29
2.10 Uji Asumsi Klasik.....	30
2.10.1 Uji Normalitas.....	31
2.10.2 Uji Multikolinieritas.....	32
2.10.3 Uji Heteroskedatisitas.....	34
2.10.4 Uji Autokorelasi.....	35
2.11 Analisa Regresi Linier Berganda.....	36
2.11.1 Uji Serentak.....	38
2.11.2 Uji Parsial.....	38
2.12 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	39
2.13 Penelitian Terdahulu.....	41

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	43
3.2 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel.....	43
3.2.1 Identifikasi Variabel.....	43
3.2.2 Definisi Operasional Variabel.....	43
3.3 Langkah-Langkah Pemecahan Masalah.....	45
3.4 Penentuan Jumlah Sampel.....	50
3.5 Penyusunan Kuisioner.....	50

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Penyusunan Kuisioner.....	52
4.1.1 Penyebaran kuisioner.....	52
4.1.2 Menentukan jumlah sampling.....	52
4.1.3 Pengumpulan Data.....	53
4.2 Uji Validitas.....	53
4.3 Uji Reliabilitas.....	54
4.4 Uji Asumsi klasik.....	55
4.4.1 Uji Normalitas.....	55
4.4.2 Uji Multikolinieritas.....	56

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	58
4.4.4 Uji Autokorelasi.....	59
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
4.5.1 Uji T (Parsial).....	62
4.5.2 Uji F (Serentak).....	64
4.6 Hasil dan Pembahasan.....	65

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran.....	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 3.1 <i>Flowchart</i> Penelitian.....	46
Gambar 4.1 Kurva <i>One sample test</i> Kualitas Produk.....	63
Gambar 4.2 Kurva <i>One sample test</i> Harga.....	63
Gambar 4.3 Kurva <i>One sample test</i> Tempat.....	64
Gambar 4.4 Kurva <i>One sample test</i> Promosi.....	64

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran meliputi kualitas produk, harga, tempat, dan promosi baik secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian konsumen di Alfamidi Kenjeran Surabaya Utara.

Jenis penelitian ini adalah asosiatif kasual. Populasi penelitian ini adalah konsumen Alfamidi Kenjeran di Surabaya Utara yang rata-rata 25-27 orang/hari. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel sistematis acak, dan dengan teknik tersebut diperoleh 44 orang sebagai sampel. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket. Metode analisis data yang digunakan adalah metode regresi linier berganda. Maka penggunaan metode regresi linier berganda ditujukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari bauran pemasaran (4P) terhadap keputusan pembelian konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bebas (4P) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, hal ini ditunjukkan dengan F hitung $5.382 > F$ tabel 2.61 . kemudian dari 4 faktor tersebut dapat diketahui bahwa faktor kualitas produk paling berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan faktor kualitas produk t hitung $2.885 > t$ tabel 1.685 .

Kata Kunci : Bauran Pemasaran 4P, Regresi Linier Berganda, Keputusan Pembelian

Abstract

This study aims to find out the effects of the marketing mix consisting of product quality, price, place, and promotion, both simultaneously and partially, on the consumers decisions to buy at the alfamidi of kenjeran of north Surabaya.

This was a casual associative study. The research population comprised consumers of the alfamidi of kenjeran of north Surabaya with an average total of 25-27 consumers per day. The sample was selected by means of the random systematic sampling technique and it consisted of 44 consumers. The data were collected by a questionnaire. The data analysis method was multiple regression analysis. So, the use of multiple linear regression method is intended to determine how much influence the marketing mix (4P) towards consumer buying decision.

The results of this research indicate that the all independent variables (4P) which simultaneously have a significant effect on consumer buying decision, this is indicated by F count $5.382 > F$ table 2.61 . Then, from these 4 factors can be seen that the factor of quality product has the most positive and significant effect on consumer buying decision. This is indicated by the factor of quality product t count $2.885 > t$ table 1.685 .

Keywords: 4P Marketing Mix, Multiple Linear Regression, Buying Decision