

**PENGARUH MARKETING MIX 4P (PRODUCT, PRICE, PLACE,
PROMOTION) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN**

(Studi Pada Persewaan Kostum Cosplay Surabaya)

SKRIPSI



DISUSUN OLEH :

ANDIEN PUTRI AMALIA

NPM. 20042010013

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN JAWA TIMUR"**

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH MARKETING MIX 4P (PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION)
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI PADA PERSEWAAN KOSTUM
COSPLAY SURABAYA)**

Disusun Oleh:

ANDIEN PUTRI AMALIA
NPM. 20042010013

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

**Menyetujui,
PEMBIMBING**


Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos., M.Si
NIP. 197011012021211004

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK


Dr. Catun Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH MARKETING MIX 4P (PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION)
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI PADA PERSEWAAN KOSTUM
COSPLAY SURABAYA)**

Disusun Oleh:
ANDIEN PUTRI AMALIA
NPM 20042010013

**Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan
Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 28 Februari 2025**

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA

TIM PENGUJI

1. Ketua


Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos., M.Si
NIP. 197011012021211004


R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos, M.Si
NIP. 197206132021211003

2. Sekretaris


Indah Respati Kusumasari, S.Sos, M.Si
NIP. 198604172020122007

3. Anggota


Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos., M.Si
NIP. 197011012021211004

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK



SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Andien Putri Amalia
NPM : 20042010013
Program : Sarjana (S1)
Program : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir atau Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang atau lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiarasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 5 Maret 2025

Yang Membuat Pernyataan



Andien Putri Amalia

20042010013

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, hidayah dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang **“Pengaruh *Marketing Mix* 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Persewaan Kostum *Cosplay* Surabaya)”**.

Maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan sarjana pada program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis memahami bahwa penyelesaian skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos,M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan bantuan dalam penyusunan proposal skripsi ini.

Selain itu penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung penulis, baik dukungan moril, materil maupun spiritual. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku dosen, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos, M.M, M.A, selaku ketua koordinator program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Seluruh dosen dan staff yang ada di Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan begitu banyak pengetahuan semasa kuliah berlangsung.
4. Kedua orang tua dan adik yang selalu memberikan segala dukungan serta doa tiada henti kepada penulis selama penyusunan skripsi berlangsung.
5. Teman-teman penulis yang senantiasa memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu atas segala bantuan guna mempermudah penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kesenjangan dalam penelitian ini karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang bersifat membangun. Isi penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca lainnya.

Sidoarjo, 03 Maret 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Landasan teori	13
2.2.1. Pemasaran	13
2.2.2. <i>Marketing Mix</i>	19
2.2.3. Produk (<i>Product</i>).....	20
2.2.4. Harga (<i>Price</i>).....	22
2.2.5. Tempat (<i>Place</i>).....	25
2.2.6. Promosi (<i>Promotion</i>).....	27
2.2.7. Minat Beli.....	29
2.3. Kerangka Berpikir	31
2.4. Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1. Jenis Penelitian	34
3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	34
3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	38
3.3.1. Populasi	38

3.3.2.	Sampel.....	39
3.3.3.	Teknik Penarikan Sampel	39
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	40
3.4.1.	Jenis Data	40
3.4.2.	Sumber Data.....	41
3.4.3.	Pengumpulan data	41
3.5.	Teknik Analisis Data	43
3.5.1.	Uji Validitas	43
3.5.2.	Uji Reliabilitas	45
3.5.3.	Uji Asumsi Klasik	46
3.5.4.	Analisis Regresi Linier Berganda	50
3.5.5.	Uji Hipotesis.....	51
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1.	Gambaran Obyek Penelitian dan Penyajian Data.....	56
4.1.1.	Gambaran Umum Obyek Penelitian	56
4.1.2.	Penyajian Data	58
4.2.	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	72
4.2.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas	72
4.2.2.	Uji Asumsi Klasik	75
4.2.3.	Analisis Regresi Linier Berganda	81
4.2.4.	Uji Hipotesis.....	83
4.3.	Pembahasan	92
4.3.1.	Pengaruh Secara Simultan.....	92
4.3.2.	Pengaruh Secara Parsial	93
4.4.	Matrik Hasil Penelitian.....	99
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	102
5.1.	Kesimpulan.....	102
5.2.	Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA		104
LAMPIRAN.....		106

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pendapatan Persewaan Kostum Cosplay Surabaya Tahun 2023	6
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	35
Tabel 3. 2 Pengambilan Keputusan Autokorelasi	49
Tabel 4. 1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	58
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia Responden.....	59
Tabel 4. 3 Karakteristik Status Responden	60
Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel Product (X1).....	61
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Price (X2).....	63
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Place (X3)	66
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Promotion (X4)	68
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Minat Beli Konsumen (Y)	70
Tabel 4. 9 Uji Validitas	73
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas	74
Tabel 4. 11 Uji Normalitas.....	76
Tabel 4. 12 Uji Multikolineritas.....	78
Tabel 4. 13 Uji Autokorelasi.....	81
Tabel 4. 14 Analisis Regresi Linier Berganda	82
Tabel 4. 15 Hasil Uji Parsial (Uji F)	85
Tabel 4. 16 Hasil Uji t (Parsial)	86
Tabel 4. 17 Matrik Hasil Penelitian	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	32
Gambar 3. 1 Kurva Uji Simultan (Uji F)	53
Gambar 3. 2 Kurva Uji Parsial (Uji t)	55
Gambar 4. 1 Uji Normalitas	77
Gambar 4. 2 Uji Heterokedastisitas	79
Gambar 4. 3 Kurva Uji F.....	85
Gambar 4. 4 Kruva Uji t Variabel Product (X1).....	87
Gambar 4. 5 Kurva Uji t Variable Price (X2)	88
Gambar 4. 6 Kurva Uji t Variabel Place (X3).....	90
Gambar 4. 7 Kurva Uji t Variabel Promotion (X4)	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	106
Lampiran 2 : Data Jawaban Responden	111
Lampiran 3 : Output SPSS	117

ABSTRAK

ANDIEN PUTRI AMALIA, 20042010013, PENGARUH *MARKETING MIX* 4P (*PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION*) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI PADA PERSEWAAN KOSTUM *COSPLAY* SURABAYA)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh dari *marketing mix* (*product, price, place, promotion*) terhadap minat beli konsumen. Populasi yang digunakan yaitu seluruh jumlah kostum yang disewakan oleh Persewaan Kostum Cosplay Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode non-probabilitas dengan *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 65 responden. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan minat beli konsumen secara signifikan dipengaruhi *marketing mix* 4P (*product, price, place, promotion*). Secara parsial *product* dan *price* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen sedangkan *place* dan *promotion* berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli konsumen.

Kata Kunci : Minat Beli Konsumen, *Marketing Mix, Product, Price, Place, Promotion*

ABSTRACT

ANDIEN PUTRI AMALIA, 20042010013, THE EFFECT OF 4P MARKETING MIX (PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION) ON CONSUMER BUYING INTEREST (STUDY ON PERSEWAAN KOSTUM COSPLAY SURABAYA)

This study aims to analyze and determine the influence of the marketing mix (product, price, place, promotion) on consumer buying interest. The population used is the entire number of costumes rented by the Surabaya Cosplay Costume Rental. The sampling technique uses a non-probability method with purposive sampling. The sample in this study consisted of 65 respondents. Data collection in this research used a questionnaire. The analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis. The results of this research show that simultaneously consumer buying interest is significantly influenced by the 4P marketing mix (product, price, place, promotion). Partially, product and price have a significant effect on consumer buying interest, while place and promotion have no significant effect on consumer buying interest.

Keyword : Consumer Buying Interest, Marketing Mix, Product, Price, Place, Promotion