

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN DI PT. HARTONO ELEKTRONIKA
SURABAYA**



Disusun oleh :

DHANNY TRI HARTANTO

NPM : 10.1.02.04537

Program Studi : Manajemen

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
(STIESIA) SURABAYA**

2015

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN DI PT. HARTONO ELEKTRONIKA
SURABAYA**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi : Manajemen



Oleh :

DHANNY TRI HARTANTO

NPM : 10.1.02.04537

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

(STIESIA) SURABAYA

2015

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN DI PT. HARTONO ELEKTRONIKA
SURABAYA**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

DHANNY TRI HARTANTO
NPM : 10.1.02.04537

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada Tanggal 04 Juli 2015

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dr. Ir. Budhi Satrio, M.M.

Anggota : 1. Dr. Khuzaini, M.M.


2. Dr. Sonang Sitohang, S.M.I., M.M.

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

Oleh :

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen


Dr. Ir. Budhi Satrio, M.M.


Dra. Tri Yuniati, M.M.

Ketua STIESIA



Dr. Akhmad Riduwan, S.E., M.S.A., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : DHANNY TRI HARTANTO

NPM : 10.1.02.04537

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI PT. HARTONO ELEKTRONIKA SURABAYA

dan diajukan untuk diuji pada tanggal 4 Juli 2015 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian ter terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 4 Juli 2015

Yang membuat pernyataan




5000
RUPIAH

DHANNY TRI HARTANTO

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Dhanny Tri Hartanto
NPM : 10.1.02.04537
Program Studi : Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya/ 12 Maret 1992
Agama : Islam
Jumlah Saudara/Anak ke : 2 (Dua)/3 (Tiga)
Alamat Rumah : Jalan Simo Sidomulyo 3/23 Surabaya
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : H. Siswanto
Alamat Rumah/Telepon : Jalan Simo Sidomulyo 3/23 Surabaya/031-5476586
Pekerjaan/Jabatan : Pegawai Swasta

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SDN Petemon 9 di Surabaya Tahun 2004
2. Tamat SMP Giki I di Surabaya Tahun 2007
3. Tamat SMA GEMA 45 di Surabaya Tahun 2010
4. Perguruan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I - IX	2010-2015	-

Dibuat dengan sebenarnya

DHANNY TRI HARTANTO

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan mengucap puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen di PT. Hartono Elektronika Surabaya”**. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna menyelesaikan program studi Strata satu (S-1) dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Pemasaran di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Penulisan skripsi ini tidak dapat lepas dari bantuan berbagai pihak, baik bantuan secara moril maupun secara materiil. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih tak terhingga kepada berbagai pihak yang telah berperan dalam terselesaikannya skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. Akhmad Riduwan, SE., M.S.A., Ak,CA selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Ibu Dra. Tri Yuniati, M.M, selaku ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya dan Dosen Wali kelas saya.
3. Ir. Dr. Budhi Satrio, M.M. Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar dan sepenuh hati membimbing dan member petunjuk sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Bapak serta Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang telah mendidik dan membimbing penulis selama mengikuti kuliah.
5. Pihak-pihak PT. Hartono Elektronika Surabaya, terima kasih atas informasi dan kerjasamanya.

6. Bapak, Ibu, Kakak-kakak saya yang telah memberikan dorongan baik moril maupun spiritual untuk menyelesaikan dan mendoakan saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Keluarga besar saya yang telah memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Orang yang spesial di hatiku Arivita tri Hirmaya yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, bantuan, doa, dan suntikkan semangat untuk menyelesaikan Skripsi ini.
9. Buat teman-teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, terima kasih atas segala bantuan dan motivasinya selama menyusun skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kalian semua. Akhirnya dengan segala kerendahan hati yang tulus penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang bersangkutan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surabaya, 27 Juni 2015

DHANNY TRI HARTANTO

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI.....	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
INTISARI.....	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB 1 : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
BAB 2 : TINJAUAN TEORETIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	
2.1 Tinjauan Teoretis	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	8
2.1.2 Konsep Pemasaran.....	9
2.1.3 Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2.1.4 Strategi Pemasaran.....	10
2.1.5 Pengertian Bauran Pemasaran.	11

2.1.6	Pengertian Proses Pengambilan Keputusan.....	22
2.1.7	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Pembelian	26
2.1.8	Perilaku Konsumen.....	36
2.1.9	Hubungan Bauran Pemasaran dengan Keputusan Pembelian.....	43
2.1.10	Penelitian Terdahulu	43
2.2	Rerangka Pemikiran	45
2.3	Rerangka Konseptual	46
2.4	Perumusan Hipotesis.....	47

BAB 3 : METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian dan Gambaran Populasi.....	48
3.1.1	Jenis Penelitian.....	48
3.1.2	Gambaran Populasi.....	48
3.2	Teknik Pengambilan Sampel.....	48
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.4	Variabel dan Definisi Operasional Variabel.	51
3.4.1	Variabel	51
3.4.2	Definisi Operasional Variabel.....	51
3.4.3	Pengukuran Variabel	53
3.5	Teknik Analisa Data.....	54
3.5.1	Uji Validitas dan Reabilitas.....	54
3.5.2	Analisis Deskriptif	55
3.5.3	Regresi Linier Berganda	56
3.5.4	Uji Asumsi Klasik	57
3.5.5	Uji Kelayakan Model.....	58
3.5.6	Pengujian Hipotesis	60

BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	63
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	63
4.1.2 Visi Misi Perusahaan.....	64
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	64
4.2 Analisis dan Pembahasan.....	65
4.2.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	65
4.2.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	67
4.2.3 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas.....	73
4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	75
4.2.5 Uji Asumsi Klasik.....	78
4.2.6 Uji Kelayakan Model.....	81
4.2.7 Analisis Regresi.....	82
4.2.8 Pengujian Hipotesis Secara Parsial.....	83
4.3 Pembahasan.....	91
4.3.1 Pengaruh Secara Simultan Variabel.....	92
4.3.2 Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	93
4.3.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	94
4.3.4 Pengaruh Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	95
4.3.4 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	96

BAB 5 : PENUTUP

5.1 Simpulan.....	97
5.2 Saran.....	98

JADWAL PENELITIAN

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL	Halaman
1. Penelitian Terdahulu	44
2. Skala Pengukuran Data	53
3. Posisi Keputusan Penilaian.	56
4. Karakteristik Responden berkaitan dengan Jenis Kelamin.....	65
5. Karakteristik Responden berkaitan dengan Usia.	66
6. Karakteristik Responden berkaitan dengan Pekerjaan.....	66
7. Kelas Interval	67
8. Tanggapan Responden berkaitan dengan Produk	68
9. Tanggapan Responden berkaitan dengan Harga	69
10. Tanggapan Responden berkaitan dengan Tempat	70
11. Tanggapan Responden berkaitan dengan Promosi.	71
12. Tanggapan Responden berkaitan dengan Proses Pengambilan Keputusan	73
13. Hasil Uji Validitas.....	74
14. Hasil Uji Reliabilitas	75
15. Hasil Uji Regresi Berganda.....	76
16. Uji Multikolinieritas.....	79
17. Tabel Anova.....	81
18. Tabel Summary	82
19. Hasil Uji Parsial	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Tahap Pembelian.....	24
2. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Tingkah Laku Konsumen.....	28
3. Model Perilaku Konsumen.....	42
4. Rerangka Berpikir	45
5. Rerangka Konseptual	46
6. Struktur Organisasi <i>Head Office</i>	64
7. Heteroskedastisitas pada Regresi Linier Berganda	80



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Tabulasi Hasil Kuesioner
- Lampiran 3 Frequency Karakteristik dan Jawaban Responden
- Lampiran 4 Validitas & Reliabilitas
- Lampiran 5 Regresi Linier Berganda
- Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 Surat Bimbingan Skripsi kepada Dosen Pembimbing
- Lampiran 8 Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi
- Lampiran 9 Surat Ijin Riset kepada Perusahaan
- Lampiran 10 Surat Keterangan Selesai Riset
- Lampiran 11 Sertifikat Seminar

