

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA BRAND ZILCH SURABAYA**



Oleh :

MISGIREZA LUCKY FEBRYANTO HALIM

NPM: 18.1.02.11675

Program Studi: Manajemen

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
STIESIA SURABAYA**

2022

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA BRAND ZILCH SURABAYA**



Oleh :

MISGIREZA LUCKY FEBRYANTO HALIM

NPM: 18.1.02.11675

Program Studi: Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

STIESIA SURABAYA

2022

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA BRAND ZILCH SURABAYA**

Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Program Studi: Manajemen

Konsentrasi: Manajemen Pemasaran

Oleh:

MISGIREZA LUCKY FEBRYANTO HALIM

NPM: 18.1.02.11675

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
STIESIA SURABAYA
2022**

**PENGARUH *PERSONAL VALUE*, BUDAYA ORGANISASI
TERHADAP MOTIVASI DAN KINERJA KARYAWAN**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**MISGIREZA LUCKY FEBRYANTO HALIM
NPM: 18.1.02.11675**

Telah dipertahankan di depan
Tim Penguji pada 26 November 2022

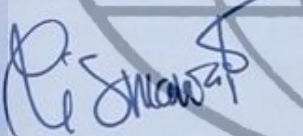
Susunan Tim Penguji :

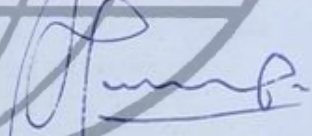
Ketua : Dr. Ir. R. Budhi Satrio, M.M.
Anggota : 1. Dr. Bambang Hadi Santoso, S.E., M.Si.
2. Dr. Rismawati, S.E., M.M.

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima
Oleh :


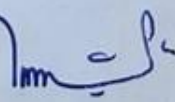
Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi S1 Manajemen


Dr. Rismawati, S.E., M.M.


Dr. Suwitho, M.Si.

Ketua STIESIA



Dr. Nur Kadjih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **Misgireza Lucky Febriyanto Halim**

N.P.M : **18.1.02.11675**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BRAND ZILCH SURABAYA

Diajukan untuk diuji pada tanggal 26 November 2022, 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 symbol 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, titu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisan 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 ini. Bila kemudian 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, 26 November 2022

Yang membuat pernyataan,



Misgireza Lucky Febriyanto Halim

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Misgireza Lucky Febryanto Halim
NPM : 18.1.02.11675
Program Studi : Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 16 November 2000
Agama : Islam
Jumlah Saudara/Anak Ke : 3 (Tiga) / 2 (Dua)
Alamat Rumah : Jl. Waringin RT/RW 01/01 Ds.
Sidobandung, Kec. Balen, Bojonegoro
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Sukijan
Alamat Rumah/Telepon : Jl. Waringin RT/RW 01/01 Ds.
Sidobandung, Kec. Balen, Bojonegoro
Alamat Kantor/Telepon : -
Pekerjaan/Jabatan : Wiraswasta

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SDN Sidobandung 1 Bojonegoro tahun 2012
2. Tamat SMP di SMPN 2 Bojonegoro tahun 2015
3. Tamat SLTA di SMAN 2 Bojonegoro tahun 2018
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I - IX	2018 - 2022	-

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya

Misgireza Lucky Febriyanto Halim

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand Zilch Surabaya”. Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan sampai tahap penyusunan skripsi banyak hambatan serta rintangan yang dihadapi. Namun berkat adanya bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih sebanyak banyaknya kepada:

1. Orang tua saya Bapak dan Ibu tercinta yang senantiasa sabar, selalu memberi dukungan, semangat dan bantuan secara moriil dan materiil serta do'a yang tiada hentinya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Nur Fadrijh Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA. Selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya .
3. Dr. Suwitho, M,Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
4. Dr. Rismawati, S.E., M.M. Selaku dosen pembimbing yang telahbersedia meluangkan waktu, tenaga dan pemikirannya dalam membimbing dan mengarahkan selama proses penyusunan skripsi.

5. Nanis Setyorini, S.Pd., M.Pd., Ph.D. Selaku dosen wali yang telah membimbing dan memberikan pengarahan selama proses perkuliahan.
6. Bapak dan Ibu dosen serta seluruh staff Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang telah memberikan wawasan ilmu pengetahuan kepada penulis selama proses perkuliahan.
7. Manajemen dan Seluruh Karyawan Zilch Surabaya yang telah memberikan bantuan dalam pengumpulan data pada skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena masih ada keterbatasan pada penyusunan skripsi. Sehingga penulis memohon maaf dan terimakasih. Semoga skripsi dapat memberikan manfaat pada pembacanya dan dapat menunjang ilmu dimasa mendatang

Surabaya, 9 November 2022

Misgireza Lucky Febriyanto H

DAFTAR ISI

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.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.5. Ruang Lingkup Penelitian.....	10
BAB 2 TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	11
2.1 Tinjauan Teoritis	11
2.1.1 Marketing Mix.....	11
2.1.2 Produk (Product)	11
2.1.3 Harga (Price)	15
2.1.4 Orang (People)	17
2.1.5 Promosi (Promotion).....	19
2.1.6 Keputusan Pembelian	21
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Rerangka Konseptual	25
2.4 Pengembangan Hipotesis	25
2.4.1 Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.4.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.4.3 Pengaruh Orang Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.4.4 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	27
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Jenis Penelitian Dan Gambaran Dari Populasi.....	29
3.1.1 Jenis Penelitian	29
3.1.2 Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian.....	29
3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	29

3.3	Teknik Pengumpulan Data	31
3.3.1	Jenis Data	31
3.3.2	Sumber Data	31
3.3.3	Teknik Pengumpulan Data	31
3.4	Variabel Dan Definisi Operasional Variabel.....	32
3.4.1	Variabel	32
3.4.2	Definisi Operasional Variabel	32
3.5	Teknik Analisis Data.....	36
3.5.1	Analisis Dekriptif	36
3.5.2	Uji Instrumen.....	36
3.5.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
3.5.4	Uji Asumsi Klasik	38
3.5.5	Uji Kelayakan Model	40
3.5.6	Uji Hipotesis	41
BAB 4	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1	Hasil Penelitian	42
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	42
4.1.2	Deskripsi Karakteristik Responden	42
4.1.3	Deskripsi Hasil Penelitian	45
4.1.4	Uji Instrumen.....	49
4.1.5	Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
4.1.6	Uji Asumsi Klasik	52
4.1.7	Uji Kelayakan Model	56
4.1.8	Uji Hipotesis	58
4.2	Pembahasan.....	59
4.2.1	Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian	59
4.2.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	60
4.2.3	Pengaruh Orang Terhadap Keputusan Pembelian	60
4.2.4	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	61
BAB 5	PENUTUP.....	63
5.1	Kesimpulan.....	63
5.2	Keterbatasan penelitian	64
5.3	Saran	64
	JADWAL PENELITIAN	66
	DAFTAR PUSTAKA	67
	LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Harga-Harga Produk pada Brand Zilch	6
2. Penelitian Terdahulu	24
3. Skor Jawaban Kuesioner	31
4. Daftar Sampel Perusahaan	32
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi	44
8. Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	44
9. Skala Likert	45
10. Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Produk	46
11. Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Harga	46
12. Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Orang	47
13. Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Promosi	48
14. Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Keputusan Pembelian	48
15. Uji Validitas	49
16. Uji Reliabilitas	50
17. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	51
18. Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	53
19. Hasil Uji Multikolinearitas	55
20. Hasil Uji F	57
21. Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	57
22. Hasil Uji Statistik t	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Data Penjualan	5
2. Rerangka Konseptual	25
3. Hasil Uji Normalitas	54
4. Hasil Uji Heteroskedastisitas	57



Lampiran

Halaman

DAFTAR GAMBAR

1. Kuesioner Penelitian	68
2. Hasil Data Kuesioner	72
3. Hasil Karakteristik Responden.....	74
4. Hasil Frekuensi Indikator	75
5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Produk	81
6. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Harga	82
7. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Orang	83
8. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Promosi.....	84
9. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian	85
10. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda, Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	86
11. Hasil Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas.....	87
12. Hasil Uji F, Uji Koefisien Determinasi R^2 , Uji Statistik t.....	88

