

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
CIRENG JONTOR DI KOTA METRO PROVINSI LAMPUNG**



Oleh :

MAHARWI RAHMAT

21710003

**PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2023**



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
CIRENG JONTOR DI KOTA METRO PROVINSI LAMPUNG**

TESIS

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Gelar
Program Magister Manajemen**

Oleh

MAHARWI RAHMAT

21710003

**PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2023**

ABSTRAK

Rahmat, Maharwi. 2023. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Cireng Jontor di Kota Metro Provinsi Lampung*. Tesis. Program Studi Magister Manajemen, Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) Dr. Suharto, S.E., M.M., C.R.B.C. (2) Dr. Marhaban Sigalingging, S.E., M.M.

Kata Kunci: produk, lokasi, harga, promosi, keputusan pembelian

Persaingan yang semakin meningkat di pasar lokal telah mendorong para pengusaha untuk mencari strategi kontemporer yang memungkinkan mereka mencapai kinerja yang luar biasa dan berkelanjutan. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu 1) Apakah ada pengaruh produk (product) terhadap keputusan pembelian Cireng Jontor? 2) Apakah ada pengaruh tempat (place) terhadap keputusan pembelian Cireng Jontor? 3) Apakah ada pengaruh promosi (promotion) terhadap keputusan pembelian Cireng Jontor? 4) Apakah ada pengaruh harga (price) terhadap keputusan pembelian Cireng Jontor? 5) Bagaimana pengaruh bauran pemasaran secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen Cireng Jontor?

Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk Cireng Jontor, namun jumlahnya tidak diketahui sehingga pengambilan sampel akan dilakukan dengan metode non random sampling yaitu purposive sampling sebanyak 90 responden. Data akan dianalisis menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya, bauran pemasaran yang terdiri atas produk, harga, promosi, dan lokasi memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Rahmat, Maharwi. 2023. The Influence of Marketing Mix on Cireng Jontor Purchasing Decisions in Metro City, Lampung Province. A Thesis. Master of Management Study Program, Muhammadiyah University of Metro. Advisor (1) Dr. Suharto, S.E., M.M., C.R.B.C. (2) Dr. Marhaban Sigalingging, S.E., M.M.

Keywords: product, location, price, promotion, purchasing decision

Increasing competition in the local market has driven entrepreneurs to seek contemporary strategies that will enable them to achieve outstanding and sustainable performance. The formulation of the problem in this study were 1) was there a product effect on Cireng Jontor's purchasing decision? 2) was there an effect of place on the purchasing decision of Cireng Jontor? 3) was there a promotional effect on the purchasing decision of Cireng Jontor? 4) was there a price effect on the purchasing decision of Cireng Jontor? 5) How did the influence of the marketing mix simultaneously on consumer purchasing decisions Cireng Jontor?

The population in this study were consumers who buy Cireng Jontor products, but the number was unknown, so the sample were taken using a non-random sampling method, namely purposive sampling of 90 respondents. Data were analyzed using SPSS. The results showed that the product variable had a positive and significant influence on purchasing decisions, the price variable had a positive and significant influence on purchasing decisions, the location variable had a positive and significant influence on purchasing decisions, the promotion variable had a positive and significant influence on purchasing decisions. Furthermore, the marketing mix which consists of product, price, promotion, and location had a simultaneous influence on purchasing decisions.

PERSETUJUAN

TESIS

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CIRENG
JONTOR DI KOTA METRO PROVINSI LAMPUNG**

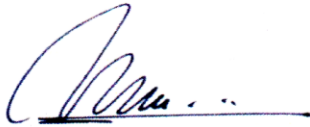
Oleh

**MAHARWI RAHMAT
21710003**

Telah diperbaiki dan disetujui untuk diuji

Metro, 21 Juni 2023

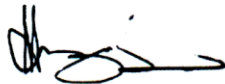
Pembimbing I



Dr. Suharto, S.E., M.M., C.R.B.C.
NIDN. 0228035801

Metro, 21 Juni 2023

Pembimbing II



Dr. Marhaban Sigalingging, S.E., M.M.
NIDN. 0223016502

Menyetujui,
Ketua Program Studi
Magister Manajemen



Dr. Deny Edy Widodo, S.E., M.M.
NIDN. 0414087802

PENGESAHAN

TESIS

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CIRENG
JONTOR DI KOTA METRO PROVINSI LAMPUNG**

Oleh

**MAHARWI RAHMAT
21710003**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
pada tanggal 23 Juni 2023
Tim Penguji



Dr. Suharto, S.E., M.M. C.R.B.C. _____, Ketua
NIDN: 0228035801



Dr. Marhaban Sigalingging, S.E., M.M. _____, Sekretaris
NIDN: 0223016502



Dr. Bambang Suhada, S.E., M.St. _____, Penguji Utama
NIDN: 0004126401

Menyetujui,
Direktur Program Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Metro



Dr. Agus Sianto, M.Si.
NIP: 19620627 198803 1 001

MOTTO

“pertolongan tuhan tidak datang terlalu cepat, tidak juga terlalu lambat, tetapi pertolongan tuhan selalu datang disaat yang tepat dan waktu yang tak terduga”

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmatNya saya dapat menyelesaikan tesis ini.

Saya persembahkan karya sederhana ini kepada orang-orang yang memiliki peran penting dalam hidup saya

1. Ayah,ibu, Istriku tercinta serta anakku

Terimakasih untuk ayah dan ibu, Istriku tercinta serta anakku Muhammad Elzio Atharrazka atas setiap do'a dan dukungan untuk diriku, tanpa kalian mungkin aku bukanlah apa-apa dan akupun tidak dapat menyelesaikan tesis ini dengan sebaik-baiknya, terimakasih untuk setiap motivasinya yang selalu mengalir dalam diriku untuk dapat menyelesaikan tesis ini dan semoga aku dapat membahagakan kalian dan menjadi seorang yang sukses dengan langkah-langkah baru.

2. Terimakasih kepada civitas akademik pascasarjana universitas muhammadiyah metro serta Teman-teman seangkatan yang selalu saling mengingatkan masuk bareng lulus bareng.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmatNya saya dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik. Penulisan tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai penyusunan tesis ini tidaklah mudah untuk penulis menyelesaikan tesis ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Drs.Nyoto Suseno, M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. Dr. H. Agus Sutanto, M.Si., selaku Direktur Pascasarjana Magister Universitas Muhammadiyah Metro yang telah memberikan dukungan dalam penyelesaian tesis ini.
3. Dr. Suharto, S.E., M.M., selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan pengarahan serta bimbingan dengan kesabaran hingga terselesaikannya tesis ini.
4. Dr. Marhaban Sigalingging, S.E., M.M selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan pengarahan serta bimbingan dengan kesabaran hingga terselesaikannya tesis ini.
5. Dr. Bambang Suhada, S.E., M.Si. sebagai penguji yang telah memberikan saran dan bahan pertimbangan guna menuju tesis yang lebih baik
6. Segenap dosen Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Metro yang telah memberikan banyak wawasan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang berarti bagi penulis. Seluruh staf dan karyawan Pascasarjana, penulis mengucapkan terima kasih atas bantuannya.
7. Seluruh konsumen cireng jontor yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu dan telah membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan kemampuan penulis, oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dan dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi penulis demi kesempurnaan tesis ini. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Metro, 21 Juni 2023



Penulis

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : MAHARWI RAHMAT

NPM : 21710003

Dengan ini menyatakan bahwasanya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan tesis dengan judul "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Cireng Jontor di Kota Metro Provinsi Lampung". Dan apabila pada suatu saat saya terbukti melakukan plagiat maka saya menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Metro, 23 Juni 2023



MAHARWI RAHMAT



PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO

SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

Nomor: 320/II.3.AU/F/UPI-UK/2023

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan menerangkan bahwa:

Nama : MAHARWI RAHMAT
NPM : 21710003
Jenis Dokumen : TESIS

Judul:

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CIRENG JONTOR DI KOTA METRO PROVINSI LAMPUNG

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen telah diperiksa dan dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 02 Agustus 2023

Kepala Unit,



Dr. Eko Susanto, M.Pd., Kons.
NIDN. 0213068302

Jalan Sawitara No. 116
Kec. Metro Timur Kota Metro
Jawa Tengah

www.upi.ummetro.ac.id
@upiummetro.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN JUDUL	iii
ABSTRAK	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
HALAMAN MOTTO.....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR	x
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	xi
SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (<i>Simlilarity Check</i>)	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Pembatasan masalah.....	3
D. Rumusan masalah.....	3
E. Tujuan penelitian	4
F. Kegunaan penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
A. Manajemen Pemasaran	5
B. Bauran Pemasaran.....	6
C. Keputusan Pembelian	11
D. Hasil Penelitian Relevan.....	12
E. Kerangka Penelitian	15
F. Hipotesis Penelitian	17
BAB III METODE PENELITIAN	18
A. Jenis Penelitian.....	18
B. Objek dan lokasi penelitian	18

C. Populasi dan Sampel.....	18
D. Definisi Operasional dan Pengukuran.....	19
E. Metode Pengumpulan Data.....	21
F. Analisis Data	21
1. Pengujian Persyaratan Instrumen.....	21
2. Pengujian Persyaratan Analisis	22
3. Pengujian Hipotesis	23
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	26
A. Deskripsi Hasil Penelitian	26
1. Karakteristik Responden	26
2. Hasil Pengujian Instrumen	27
3. Hasil Pengujian Analisis	32
4. Hasil Pengujian Hipotesis.....	33
B. Pembahasan.....	35
BAB V PENUTUP	37
A. Simpulan.....	37
B. Saran	37
DAFTAR PUSTAKA.....	38

DAFTAR TABEL

Judul Tabel	Halaman
Tabel 1. Hasil Penelitian Relevan.....	12
Tabel 2. Pengukuran Instrumen	20
Tabel 3. Karakteristik Responden	26
Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Produk	27
Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Harga	28
Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi	29
Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	30
Tabel 8. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	31
Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas	31
Tabel 10. Hasil Uji Normalitas	32
Tabel 11. Hasil Uji Homogenitas	32
Tabel 12. Hasil Uji Linieritas	33
Tabel 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi	33
Tabel 14. Hasil Uji F.....	34
Tabel 15. Hasil Uji t.....	34

DAFTAR GAMBAR

Judul Gambar	Halaman
Gambar 1. Kerangka Penelitian	17

DAFTAR LAMPIRAN

Judul Lampiran	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner.....	42
Lampiran 2. Hasil Rekapitulasi Responden	51
Lampiran 3. Hasil Deskripsi Statistik	61
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	62
Lampiran 5. Hasil Uji Normalitas	67
Lampiran 6. Hasil Uji Homogenitas	68
Lampiran 7. Hasil Uji Linieritas	69
Lampiran 8. Hasil Pengujian Hipotesis.....	70
Lampiran 9. Tabel R	71