

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
PADA TUNAS SUBUR SEJAHTERA DI KOTA METRO**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**DWI OKTAVIA RIZKI**

**NPM. 19610060**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

**2024**



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
PADA TUNAS SUBUR SEJAHTERA DI KOTA METRO**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen (S1)**

**Disusun Oleh:  
DWI OKTAVIA RIZKI  
NPM. 19610060**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOM DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO  
2024**

## ABSTRAK

Dwi Oktavia Rizki. 2024. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Kota Metro. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomidan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Metro, Pembimbing (1) H. Suryadi, S.E., M.M. (2) H. Suwanto, S.E., M.M.

Di era modern seperti ini, pabrik-pabrik semakin bersaing untuk semakin mengenalkan produk mereka kepada pelanggan agar dapat memenangkan pangsa pasar. Bauran pemasaran merupakan hal yang penting dalam menghadapi persaingan bisnis di era globalisasi. Untuk memperoleh signifikansi pengaruh antara variabel yang di teliti yaitu bauran pemasaran (Jenis penelitian yang dilakukan pada penelitian adalah menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Kota Metro Provinsi Lampung yang beralamat di Jl. Gabus, Yosodadi, Kec. Metro Timur, Kota Metro, Lampung Pengujian Validitas dilakukan untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuesioner dari masing-masing variabel tersebut. Pertanyaan kuesioner dinyatakan validitas apabila  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ . Diketahui  $N=50$  dan  $\alpha=5\%$  maka  $r_{tabel}$  0,2732. Setiap item dinyatakan valid jika  $r_{hitung} \geq 0,2732$ . Adapun hasil validitas dari masing-masing variabel dalam penelitian sebagai berikut: Pengujian Validitas dilakukan untuk mengevaluasi apakah pertanyaan-pertanyaan dalam sebuah kuesioner dapat dianggap valid atau tidak. Validitas suatu pertanyaan dinyatakan jika koefisien korelasi antara pertanyaan tersebut dengan variabel yang diukur lebih besar atau sama dengan nilai kritis yang telah ditentukan sebelumnya. Pertanyaan kuesioner dinyatakan validitas apabila  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ . Diketahui  $N=50$  dan  $\alpha=5\%$  maka  $r_{tabel}$  0,2732. Jadi, sebuah pertanyaan akan dianggap valid jika koefisien korelasi antara pertanyaan tersebut dengan variabel yang diukur lebih besar dari 0,2732. Produk dan harga juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembeli. Ini dapat meningkatkan keputusan pembelian. Kepuasan pelanggan juga memengaruhi keputusan pembelian secara signifikan. Ini menunjukkan bahwa upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dapat berdampak positif pada keputusan pembelian di masa depan.

**Kata kunci :** Bauran pemasaran, Keputusan pembelian, Kepuasan pelanggan

## **ABSTRACT**

*Dwi Oktavia Rizki. 2024. The Effect of Marketing Mix on Purchase Decisions through Customer Satisfaction as an Intervening Variable in Metro City. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Metro, Supervisor (1) H. Suryadi, S.E., M.M. (2) H. Suwanto, S.E., M.M.*

*In this modern era, factories are increasingly competing to introduce their products to customers in order to win market share. Marketing mix is important in facing business competition in the era of globalization. To obtain the significance of the influence between the variables being studied, namely the marketing mix (The type of research conducted in the study is using quantitative research. Quantity research. This research was conducted in Metro City, Lampung Province which is located at Jl. Gabus, Yosodadi, East Metro District, Metro City, Lampung Validity Testing was carried out to determine the validity of a questionnaire from each of these variables. The questionnaire questions are declared valid if  $r_{count} \geq r_{table}$ . It is known that  $N=50$  and  $\alpha=5\%$  then  $r_{table}$  0.2732. Each item is declared valid if  $r_{count} \geq r_{table}$ . The validity results of each variable in the study are as follows: Validity testing is carried out to evaluate whether the questions in a questionnaire can be considered valid or not. The validity of a question is stated if the correlation coefficient between the question and the measured variable is greater than or equal to the predetermined critical value. The questionnaire questions are declared valid if  $r_{count} \geq r_{table}$ . It is known that  $N=50$  and  $\alpha=5\%$  then  $r_{table}$  0.2732. So, a question will be considered valid if the correlation coefficient between the question and the measured variable is greater than 0.2732. The product and price also have a significant influence on the buyer's decision. This can improve purchasing decisions. Customer satisfaction also influences purchasing decisions significantly. This suggests that efforts to improve customer satisfaction can have a positive impact on future purchasing decisions.*

**Keywords** : Marketing mix, Purchase decision, Customer satisfaction

HALAMAN PERSETUJUAN

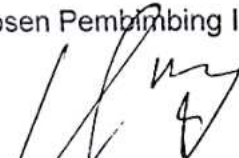
PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
PADA TUNAS SUBUR SEJAHTERA DI KOTA METRO

SKRIPSI

DWI OKTAVIA RIZKI  
NPM. 19610060

Telah di setujui oleh:


Dosen Pembimbing I



H. Suryadi, S.E., M.M.

NIDN. 0229115901

Dosen Pembimbing II




H. Suwanto, S.E., M.M.

NIDN. 0210036801

Mengetahui

Kaprodi S1 Manajemen



Nani septiana, S.E., M.M.

NIDN.0220097901

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
PADA TUNAS SUBUR SEJAHTERA DI KOTA METRO

DWI OKTAVIA RIZKI

19610060

Telah Diuji Dan Dinyatakan Lulus Pada :  
Hari : Selasa  
Tanggal Ujian : 13 Agustus 2024  
Tempat Ujian : Ruang Sidang FEB UM Metro  
Tim Penguji

H. Suryadi, S.E., M.M.

NIDN. 0229115901

Ketua Penguji

H. Suwanto, S.E., M.M.

NIDN. 0210036801

Sekretaris

Ratmono, S.E., M.M.

NIDN. 0220076001

Penguji Utama

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



H. Suwanto, S.E., M.M.

NIDN. 0210036801

**MOTTO**

**“JANGAN PERNAH MENYERAH, KARENA HAL – HAL BAIK  
MEMERLUKAN WAKTU”**



## PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim sebagai awal setiap memulai pekerjaanku.

Sembah sujud serta puji dan syukurku pada rahmat Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kepada kedua orang tuaku tercinta bapak dan ibu yang telah mendoakan, memberikan motivasi dan dukungan tanpa lelah. skripsi ini sebagai tanda bakti dan terima kasih saya karna dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai harapan.
2. Kepada saudaraku yang selalu memberikan semangat serta dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Terimakasih untuk para dosen terutama bapak H. Suryadi, S.E., M.M.pembimbing ke satu dan bapak H. Suwanto, S.E., M.M.pembimbing ke dua yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi.
4. Untuk Lisma Wati terimakasih sudah banyak membantu kesulitan – kesulitan, rela merawat ketika di rumah sakit selalu ada selama disini dan manusia yang mengerti aku, untuk Asri Nalista terimakasih sudah mau kenal dan berteman dengan manusia sepertiku semoga tetap berteman baik, untuk Rendi Saputra terimakasih dan maaf selalu merepotkan baik perihal revisi atau hal hal yang lain.
5. Almamater Universitas Muhammadiyah Metro.

## KATA PENGANTAR

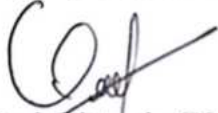
Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi ini dengan baik. Maksud dari proposal skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menempuh ujian sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Skripsi ini berjudul: **PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA TUNAS SUBUR SEJAHTERAN DI KOTA METRO.**

Namun berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak baik, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh sebab itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Dr. H. Nyoto Suseno, M.Si., Rektor Universitas Muhammadiyah Metro
2. H. Suwanto, S.E., M.M., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro dan sekaligus Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan, bimbingan dan dorongan hingga skripsi selesai
3. Nani Septiana, S.E., M.M., Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen
4. H. Suryadi, S.E., M.M., selaku Pembimbing I dalam penyusunan proposal skripsi ini yang telah memberikan arahan, bimbingan dan dorongan hingga skripsi selesai
5. Bapak/ibu dosen dan staf fakultas Ekonomidan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang telah memberikan ilmu dan senantiasa membimbing penulisan sampai di tahap ini.

Demikian penghantar proposal skripsi ini di buat semoga bermanfaat bagi para pembaca. Tetapi disamping itu penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa isi maupun cara penyajian proposal skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan,. Untuk itu penulis ucapkan terima kasih.

Metro, Desember 2022

  
**Dwi Oktavia Rizki**  
**Npm. 19610060**

## PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dwi Oktavia Rizki

Npm : 19610060

Prodi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Pada Tunas Subur Sejahtera Kota Metro).”** adalah benar hasil karya tulis saya sendiri dan tidak merupakan plagiat karya orang lain, yang merupakan salah satu syarat dalam penyelesaian program S-1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.

Semua sumber data dan informasi yang telah saya gunakan dan saya peroleh dalam skripsi saya ini saya nyatakan dengan jelas dan benar apa adanya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar saya bersedia menerima sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas.

Metro, Maret 2023

Yang membuat pernyataan



**Dwi Oktavia Rizki**  
NPM. 19610060



UNIT PUBLIKASI ILMIAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
METRO

## SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

NOMOR. 1043/II.3.AU/F/UPI-UK/2024

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

**NAMA** : Dwi Oktavia Rizki  
**NPM** : 19610060  
**JENIS DOKUMEN** : Skripsi

**JUDUL** : Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Tunas subur sejahtera kota metro

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, 31 Agustus 2024  
Kepala Unit,

*[Signature]*  
Dr. Nego Linuhung, M.Pd.  
NIDN. 0220108801

Alamat:

Jl. Ki Hajar Dewantara No.116  
Iringmulyo, Kec. Metro Timur Kota Metro,  
Lampung, Indonesia

Website: [upi.ummetro.ac.id](http://upi.ummetro.ac.id)  
E-mail: [help.upi@ummetro.ac.id](mailto:help.upi@ummetro.ac.id)

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN LOGO</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b> .....	<b>xi</b>
<b>SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (<i>SIMILARITY CHECK</i>)</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identitas Masalah .....	6
C. Rumusan Masalah .....	6
D. Tujuan Masalah.....	7
E. Manfaat Penelitian .....	7
F. Kegunaan Penelitian .....	8
G. Ruang Lingkup Penelitian .....	8
H. Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II KAJIAN LITERATUR</b> .....	<b>10</b>
A. Deskripsi Teori .....	10
1. Manajemen Pemasaran .....	10
2. Bauran Pemasaran .....	14
3. Produk.....	16
4. Harga. ....	19
5. Saluran Distribusi. ....	23

6. Promosi.....	26
7. Keputusan Pembelian .....	29
8. Kepuasan Pelanggan .....	32
B. Peneliti Relevan .....	35
C. Kerangka konseptual.....	41
D. Hipotesis .....	44
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>45</b>
A. Jenis Penelitian .....	45
B. Objek Dan Lokasi Penelitian .....	38
C. Metode Penelitian .....	45
1. Definisi Oprasional Variabel .....	45
2. Teknik Sampling.....	49
D. Teknik Pengumpulan Data .....	49
E. Pengujian Persyaratan Instrumen .....	51
F. Pengujian Persyaratan Analisis.....	53
G. Model Analisis .....	56
H. Hipotesis Sistematika.....	58
<b>BAB IV HASILDAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>60</b>
A. Gambaran umum .....	60
1. Sejarah CV Tunas Subur Sejahtera Kota Metro .....	60
2. Struktur Organisasi.....	60
B. Hasil Penelitian .....	62
1. Pengujian Persyaratan Instrumen.....	62
2. Distribusi Frekuensi.....	67
3. Uji Persyaratan analisis .....	71
4. Model Analisis .....	86
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>94</b>
A. KESIMPULAN.....	94
B. SARAN .....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>96</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Tahun 2023.....	3
Tabel 1.2 Data Ukuran Kasur Busa Tunas Subur Sejahtera Kota Metro .....	4
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Relevan .....	35
Tabel 3.1 Tabel Jawaban Positif .....	49
Tabel 3.2 Kisi Kisi Kuesioner .....	50
Tabel 4.1 Uji Relibilitas Produk .....	64
Tabel 4.2 Uji Relibilitas Harga.....	65
Tabel 4.3 Uji Relibilitas Saluran Distribusi.....	65
Tabel 4.4 Uji Relibilitas Promosi .....	66
Tabel 4.5 Uji Relibilitas Keputusan Pembelian.....	66
Tabel 4.6 Uji Relibilitas Kepuasan Pelanggan.....	66
Tabel 4.7 Uji Normalitas.....	71
Tabel 4.8 Uji Normalitas Pemasaran 2.....	75
Tabel 4.9 Uji Homogenitas.....	77
Tabel 4.10 Uji Homogenitas.....	78
Tabel 4.11 Uji Liniertas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	79
Tabel 4.12 Uji Liniertas Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	80
Tabel 4.13 Uji Liniertas Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian ....	81
Tabel 4.14 Uji Liniertas Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	81
Tabel 4.15 Uji Liniertas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	82
Tabel 4.16 Uji Liniertas Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	83
Tabel 4.17 Uji Liniertas Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	84
Tabel 4.18 Uji Liniertas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	85
Tabel 4.19 Model Summy Struktur 1 .....	86
Tabel 4.20 Hasil Analisis Jalur Sub Struktur 1 .....	87
Tabel 4.21 Perhitungan Koefisien Jalur Pada Sub Struktur 2.....	89
Tabel 4.22 Rangkuman Koefisien Jalur Variabel $\xi_1, \xi_2, \xi_3, \xi_4, \eta_1, \eta_2$ .....	92

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	43
Gambar 4.1 Struktur Organisasi .....	61
Gambar 4.2 Distribusi Frekuensi Produk .....	67
Gambar 4.3 Ditribusi Frekuensi Harga.....	68
Gambar 4.4 Distribusi Frekuensi Saluran Distribusi .....	69
Gambar 4.5 Distribusi Frekuensi Promosi.....	70
Gambar 4.6 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian .....	70
Dambar 4.7 Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan .....	72
Gambar 4.8 Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual Dependent . Variabel: Produk.....	73
Gambar 4.9 Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual Dependent . Variabel: Harga .....	74
Gambar 4.10 Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual Dependent Variabel: Saluran Distribusi .....	75
Gambar 4.11 Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual Dependent Variabel: Promosi .....	76
Gambar 4.13 Model Struktur 1 .....	86
Gambar 4.14 Model Struktur 2.....	90
Gambar 4.15 Model Analisis .....	91



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Peneltian .....	100
Lampiran 2. Penyebaran Kuesioner pada pelanggan .....	102