

**PENGARUH IMPLEMENTASI MARKETING MIX TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SUPERMARKET
TOKOMU KOTA GAJAH**

SKRIPSI



**DISUSUN OLEH :
PUTRI MUSLIKAH
NPM: 17610160**

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

2021



**PENGARUH IMPLEMENTASI MARKETING MIX TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SUPERMARKET
TOKOMU KOTAGAJAH**

SKRIPSI

Diajukan
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Program Studi Manajemen



**PUTRI MUSLIKAH
17610160**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2021**

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH IMPLEMENTASI MARKETING MIX TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SUPERMARKET
TOKOMU KOTA GAJAH**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Program Studi Manajemen

Oleh :
PUTRI MUSLIKAH
17610160

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2021**

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH IMPLEMENTASI MARKETING MIX TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Pada Supermarket TOKOMU Kota Gajah)

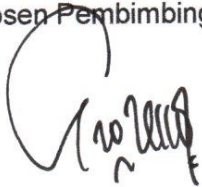
PUTRI MUSLIKAH
17610160
Telah Disetujui Untuk di Seminarkan
Oleh:

Dosen Pembimbing I



Ratmono, S.E., M.M.
NIDN. 0220076001

Dosen Pembimbing II



Nani Septiana, S.E., M.M.
NIDN. 0220098901

Mengetahui
Kaprosdi Manajemen



Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M.
NIDN. 0223027901

HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI

SKRIPSI

**PENGARUH IMPLEMENTASI MARKETING MIX TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SUPERMARKET
TOKOMU KOTA GAJAH**

PUTRI MUSLIKAH

NPM. 17610160

Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus

Hari :

Tanggal :

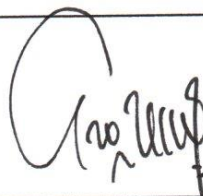
Tempat Ujian : Ruang Sidang FE UM Metro

Tim Penguji,



Ratmono, S.E., M.M.
NIND. 0220076001

Ketua Penguji



Nani Septiana, S.E., M.M.
NIDN. 0220098901

Sekretaris



H. Suryadi, S.E., M.M.
NIDN. 0229115901

Penguji Utama



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

H. Suwanto, S.E., M.M.
NIDN. 02100368020

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Putri Muslikah

NPM : 17610160

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Saya menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul "Pengaruh Implementasi Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian pada Supermarket TOKOMU Kota Gajah.

Apabila dikemudian hari terdapat unsur plagiat dalam isi skripsi tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik sarjana Manajemen dan akan bertanggung jawab secara hukum.

Metro, Juli 2021

Yang Membuat Pernyataan



Putri Muslikah
NPM. 17610160



UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO

SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

Nomor: 2409/II.3.AU/F/UPI-UK/2021

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : PUTRI MUSLIKAH
NPM : 17610160
Jenis Dokumen : SKRIPSI

JUDUL:

**PENGARUH IMPLEMENTASI MARKETING MIX TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SUPERMARKET TOKOMU
KOTA GAJAH**

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

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 23 Agustus 2021
Kepala Unit,

Swaditya Rizki, S.Si., M.Sc.
NIDN. 0224018703

Jalan Dewantara No.116 Iringmulyo,
Metro Timur Kota Metro, Lampung,

www.upi.ummetro.ac.id
upimetro@ummetro.ac.id

ABSTRAK

Putri Muslikah. 2021. Pengaruh Implementasi Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian (pada Supermarket TOKOMU Kota Gajah. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) Ratmono, S.E., M.M. Pembimbing (2) Nani Septiana, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui Pengaruh Implementasi Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian pada Supermarket TOKOMU Kota Gajah. Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian eksplanatori yang menjelaskan tentang hubungan kausal (sebab-akibat) antara variabel-variabel yang mempengaruhi hipotesis. Penelitian ini membahas tentang pengaruh *marketing mix* terhadap keputusan pembelian yang terdiri dari variabel produk, harga, promosi, tempat.

Data diperoleh dari hasil observasi dan kuesioner yang diberikan kepada 60 responden. Teknik analisis yang dipergunakan adalah Uji Persyaratan Instrumen, Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Produk, Harga, Promosi, dan tempat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Produk, Harga, Promosi, Tempat, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Putri Muslikah. 2021. *Effect of Marketing Mix Implementation on Purchase Decisions at the TOKOMU Supermarket in Gajah City. Faculty of Economics and Business S1 Management Study Program, University of Muhammadiyah Metro. Supervisor (1) Ratmono, S.E., M.M. Supervisor (2) Nani Septiana, S.E., M.M.*

This study aims to determine the effect of the implementation of the marketing mix on purchasing decisions at the TOKOMU Supermarket in Gajah City. This type of research is an explanatory research that explains the causal relationship (cause and effect) between the variables that affect the hypothesis. This study discusses the influence of the marketing mix on purchasing decisions consisting of product, price, promotion, and place variables. Data obtained from observations and questionnaires given to 60 respondents.

The analytical technique used is the Instrument Requirements Test, Classical Assumption Test and Hypothesis Testing. The results of this study indicate that product, price, promotion, and place variables have a positive and significant influence on purchasing decisions.

Keywords: *Product, Price, Promotion, Place, Purchase Decision.*

HALAMAN RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga, promosi, tempat dan keputusan pembelian terhadap supermarket TokoMU Kota Gajah. Penelitian ini menggunakan teori para ahli dan penelitian yang relevan untuk memperkuat penelitian ini. Pengumpulan data pada penelitian dengan cara observasi, wawancara dan kuisioner yang dibagikan kepada responden atau pembelian disupermarket TokoMU Kota Gajah yang berupa pertanyaan dan data diolah menggunakan SPSS 22 dengan pendekatan uji asumsi klasik yaitu reliabilitas, validitas, normalitas, linieritas dan homogenitas. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan alat analisis linier berganda, uji T, uji F, dan determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu produk, harga, promosi, tempat dan keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian.

MOTTO

Sesungguhnya Bersama Kesulitan Ada Kemudahan Maka Apa Bila Engkau Telah Selesai (Dari Suatu Urusan) Tetaplah Berkerja Keras (Untuk Urusan Yang Lain) Dan Hanya Kepada Tuhanmulah Engkau Berharap.

(Qs,Al-Insyirah : 6-8)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT, atas rahmat dan hidayah nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada baginda Muhammad SAW, yang telah menuntun seluruh umat manusia menuju jalan kebahagiaan hidup didunia dan akhirat. Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Bapak Feri Hendra Mawan dan Ibu Amanah, terimakasih atas doa yang tulus dan jerih payah serta dukungan yang tak henti sehingga menghantarkan ku menyelesaikan pendidikan di Universitas Muhammadiyah Metro,Lampung.
2. Kakak ku Mega Hermai Lestari, Adik ku Della Fitri Ananda, Kellen Abiyu Pranaja dan Sahabat ku Ari Ayu Safitri, terimakasih telah menjadi penyemangat dan memberikan motivasi dan dukungan selama aku menjalankan pendidikan di Universitas Muhammadiyah Metro, Lampung.
3. Seluruh teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis 2017, Universitas Muhammadiyah Metro, Lampung.
4. Almamater ku tercinta, Universitas Muhammadiyah Metro,Lampung.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul **“PENGARUH IMPLEMENTASI MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SUPERMARKET TOKOMU KOTA GAJAH”** dengan baik.

Adapun tujuan dari penulisan proposal ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang strata 1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Penulis menyadari bahwa terwujudnya proposal ini karena adanya bimbingan, bantuan, saran dan pengarahan dari berbagai pihak. Dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis menyampaikan terimakasih atas segala bantuan yang telah diberikan. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd. Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. H. Suwanto, S.E., M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
3. H. Febriyanto, S.E., M.M. Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro
4. Ratmono, S.E., M.M. Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, memberikan saran dan pengarahan serta dengan sabar membimbing hingga terselesaikannya proposal ini.
5. Nani Septiana, S.E., M.M. Pembimbing II terimakasih atas kesabaran dan keikhlasannya dalam membimbing dan yang telah memberikan waktu untuk memberikan bimbingan dan petunjuk dalam menyelesaikan proposal ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan pada penulis selama dibangku kuliah.
7. Rekan seangkatan dan pihak-pihak terkait yang telah banyak membantu.

Dalam penulisan proposal ini penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam proposal ini. Dengan demikian, penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun dan memperbaiki dalam penyusunan

proposal ini. Semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi penulis umumnya dan pembaca khususnya.

Metro, Januari 2021

Penulis



PUTRI MUSLIKAH
NPM. 17610160

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN JUDUL	iii
PENGESAHAN	iv
PERSETUJUAN	v
SURAT PERNYATAAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
RINGKASAN.....	ix
MOTTO	x
PERSEMBAHAN	xi
KATA PENGANTAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II KAJIAN TEORITIK	
A. Konsep Teori Penulisan	9
1. Pemasaran	9
2. Manajemen Pemasaran.....	9
3. Konsep Pemasaran.....	10
4. Marketing Mix	11
5. Keputusan Pembelian	16
B. Penelitian Relevan	17
C. Kerangka Pemikiran.....	19
D. Hipotesis Penelitian.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	21
B. Obyek dan Lokasi Penelitian	21
C. Tahap Penelitian	21
D. Definisi Operasional Variabel	22
E. Teknik Pengumpulan Data.....	24
F. Instrumen Penelitian	25
G. Pengujian Instrumen	26
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum.....	30
B. Hasil Penelitian	33
1. Pengujian Persyaratan Instrumen	33
a. Uji Validitas	33
b. Uji Reliabilitas.....	37
2. Deskripsi Data Penelitian	38
3. Pengujian Persyaratan Analisis	39

a. Uji Normalitas Data	39
b. Uji Linearitas	40
c. Uji Homogenitas	41
4. Pengujian Model Analisis	41
a. Uji Regresi Linear Berganda	41
b. Uji T (Uji Parsial)	43
c. Uji F (Uji Simultan)	44
C. Pembahasan	45

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	51
B. Saran.....	51

DAFTAR LITERATUR

LAMPIRAN-LAMPIRAN