

**FAKTOR-FAKTOR BAURAN PEMASARAN YANG
BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SOPHIE MARTIN**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi : Manajemen



Disusun Oleh :

IMRO'ATU MUHSINATIN

02.22.0010

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
2006**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : IMRO'ATU MUHSINATIN
Nomor Pokok : 02.22.0010
Universitas : Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Judul : FAKTOR-FAKTOR BAURAN PEMASARAN YANG
BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SOPHIE MARTIN

Malang, April 2006

DISETUJUI DAN DITERIMA:

Ketua Program Studi,



(Dra. ERNA SETIJANI, MM)

Dosen Pembimbing,



(Drs. H.M. MUCHSON, MM.)

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Merdeka Malang



(DR. Maxion Sumtaky, M.Si)

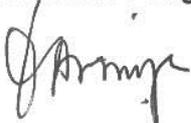
**FAKTOR-FAKTOR BAURAN PEMASARAN YANG
BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SOPHIE MARTIN**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**IMRO'ATU MUHSINATIN
02.22.0010**

Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 4 Februari 2006

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji	Sekretaris Penguji
	
(Drs. H. M. MUCHSON, MM)	(M. NURSINGGIH, SE. MM)
Anggota Penguji	
	
(Drs. YARNEST, MM)	

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Malang, 4 Februari 2006
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Merdeka Malang



Drs. MAXION SUMTAKY, M.Si.



UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
FAKULTAS EKONOMI

STATUS : " TERAKREDITASI "

Jurusan : Akuntansi, Manajemen, Ekonomi Pembangunan
Kampus : Jl. Terusan Raya Dieng 62-64 Malang Phone 568395 Psw 552 Fax. (0341)561448

SURAT – KETERANGAN

Nomor: Ket- 946 / FE / UM / U / 2006

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang menerangkan :

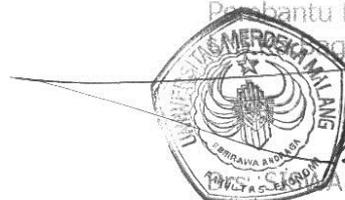
N a m a : IMRO'ATI MUHSINATIN
Nomor Pokok : 02.22.0010
Jurusan : Manajemen
Alamat : Jl. Letjen Sutoyo V No. 46 Malang

Bahwa yang bersangkutan telah selesai melaksanakan penelitian di Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang pada **Nopember 2005 s/d Desember 2005**, dengan judul **Faktor-faktor Bauran Pemasaran yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk " Sophie Martin" (Studi kasus pada mahasiswa FE UNMER Malang)**

Demikian Surat Keterangan ini dibuat atas permintaan yang bersangkutan, untuk dipergunakan sebagai salah satu persyaratan penyusunan Skripsi

Malang, Januari 2006

An. Dekan,
Pembantu Dekan I,
Manajemen, Tata Usaha



G. SANTANTO WIJAYA P.MM

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

N a m a : IMRO'ATU MUHSINATIN

Nomor Pokok : 02.22.0010

Universitas : Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi

Program studi : Manajemen

Tempat dan Tgl.Lahir : Nganjuk, 15 Maret 1983

Alamat : Ds. Pandean, Kec. Gondang,
Kab. NGANJUK

Nama Orang Tua (Bapak) : Koesmanto
(Ibu) : Murthofiah

Riwayat Pendidikan :

1. Lulus SDN Pandean I Gondang, Nganjuk Tahun 1995
2. Lulus MTs Negeri Tambak Beras Jombang Tahun 1998
3. Lulus Sekolah Menengah Umum Negeri I Nganjuk Tahun 2001
4. Terdaftar sebagai Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Merdeka Malang Tahun 2002

ABSTRAKSI

Saat ini persaingan antar perusahaan semakin tajam karena pada umumnya setiap perusahaan berupaya untuk memproduksi barang yang diproduksi secara optimal dan berusaha sebaik mungkin untuk menjual produknya dalam jumlah yang banyak sehingga menghasilkan laba yang maksimum.

Sophie Martin sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan fashion dan aksesoris, berusaha memenuhi kebutuhan pasar dan permintaan akan produk fashion dan aksesoris. Karena banyaknya alternatif pilihan produk fashion dan aksesoris yang ditawarkan pesaing mengakibatkan timbulnya persaingan yang semakin kompetitif. Untuk mengatasi hal tersebut diperlukan suatu kebijaksanaan pemasaran yang tepat se suai dengan kondisi perusahaan, sehingga tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai.

Dan perusahaan harus memahami tentang kebiasaan membeli dan mengapa konsumen membeli. Salah satu upaya untuk dapat menarik perhatian konsumen adalah dengan melaksanakan bauran pemasaran yang tepat dan terpadu sesuai dengan situasi dan kondisi perusahaan, Yang tergolong dalam bauran pemasaran adalah produk, harga, promosi dan saluran distribusi.

Penelitian tentang bauran pemasaran pada dasarnya menilai pelaksanaan bauran pemasaran memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Merdeka Malang. Dalam teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan penyebaran kuesioner. Setelah data lengkap barulah penyusun mulai melakukan analisis data dengan jenis penelitian uji statistik dengan metode regresi berganda, uji F dan uji t.

Dari hasil analisis dapat diketahui bahwa variabel bebas produk (X1) adalah variabel bebas yang mempunyai pengaruh dominan dibandingkan dengan variabel bebas yang lain. Karena variabel bebas (produk) mempunyai nilai koefisien regresi tertinggi yaitu 0,515 dibandingkan dengan variabel bebas yang lain, selain itu nilai thitung variabel X1 (produk) juga memiliki nilai paling besar yaitu sebesar 5,133. Dan dapat diketahui juga bahwa variabel produk, harga, promosi dan saluran distribusi secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk Sophie Martin. Nilai R (koefisien determinasi) sebesar 0,965 mempunyai hubungan yang kuat antara produk, harga, promosi dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian produk Sophie Martin. Dan R^2 sebesar 0,931 sehingga dapat dikatakan bahwa sebesar 93,1% keputusan pembelian produk Sophie Martin yang dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Merdeka Malang dipengaruhi oleh variabel-variabel bauran pemasaran yaitu produk harga, promosi dan saluran distribusi, sedangkan sebesar 6,9% dipengaruhi oleh sebab lain (variabel lain).

Berdasarkan analisis tersebut maka dapat disimpulkan bahwa produk kan mempengaruhi keputusan pembelian. Sehingga perusahaan harus lebih menerapkan kebijakan tentang produk mengenai tipe/jenis, bentuk (model),serta kualitas produk. Karena konsumen benar-benar menginginkan produk yang sesuai dengan harapannya.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan mengucapkan Puji dan Syukur kehadiran Allah yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini dengan judul: “FAKTOR-FAKTOR BAURAN PEMASARAN YANG BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOPHIE MARTIN”.

Penyusunan Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Merdeka Malang.

Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak **Drs. MAXION SUMTAKY, M.Si.**, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang.
2. Ibu **Dra. ERNA SETIJANI, MM**, Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Merdeka Malang.
3. Bapak **Drs.H.M.MUCHSON, MM.**, Selaku Dosen pembimbing yang telah banyak memberi pengarahan dan bimbingan serta petunjuk-petunjuk yang berguna kepada penulis sehingga penulisan Skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.
4. Bapak dan Ibu Dosen yang telah mengajar dan membimbing penulis dari mulai menjadi mahasiswa Ekonomi Manajemen Universitas Merdeka Malang

5. Kedua Orang Tuaku tercinta bapak dan Ibu, terima kasih atas do'a, cinta, air mata dan kasih sayang yang tiada henti-hentinya, serta dukungan moril maupun materiil dalam penyusunan skripsi ini.
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Akhirnya atas bantuan, bimbingan dan pengarahan serta dorongan yang diberikan semoga mendapatkan balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan Skripsi ini, dan penulis mengharapkan kritik serta saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan Skripsi ini.

Demikianlah Skripsi ini disusun dan semoga apa yang penulis sajikan dapat berguna dan bermanfaat bagi para pembaca untuk menambah bekal ilmu pengetahuan.

Malang, 4 Februari 2006
Penulis

PERSEMBAHAN

Allah S.W.T

Kedua orang tuaku (*keluarga Koesmanto*) terima kasih atas do'a cinta dan kasih sayang serta air mata yang tiada henti-hentinya serta semangat dan dorongan yang telah diberikan baik moril maupun materiil sehingga penulis menyelesaikan kuliah.

Buat kakak-kakakku *Mbak Nia, Mas Ali, Mbak Iis* dan adikku *Diyah "Gendhut"* serta keponakanku *Habibi dan Rangga* yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas do'a dan kasih sayang.

Spesial to anakku *Revi Ari Putra dan Fearly Ari Putra* serta suamiku *"Igar"* yang selalu setia mendampingi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Dan selalu setia memberikan semangat dan dukungan yang tiada henti-hentinya serta terima kasih atas do'a, cinta dan kasih sayang yang telah diberikan kepada penulis. Skripsi ini untuk kalian.

Buat teman-temanku yang ada di kelas "A" angkatan 2002 *Ratih "K-cil" dian, Devintha, Silvi, Reza, Q-to, Imam* makasih atas semua dukungan dan persahabatannya selama ini, aku akan selalu merindukan kalian semua. Sukses buat anak-anak kelas "A".

Buat anak-anak kost *STA 5* yang tidak bias disebutin satu persatu makasih banyak atas dukungannya. Sukses buat kalian semua.

Buat kakak-kakak tingkatku *Lynda,SE, Novi,SE, Rina,SE, Esti"Echa",SE, Goentoer,SE, Triadi"Oky",SE, Deni,SE* terimakasih atas semangat dan dukungannya serta do'a yang telah diberikan akhirnya aku bias wisuda seperti kalian.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	
SURAT KETERANGAN PENELITIAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Marketing	7
B. Pengertian Bauran Pemasaran	8
C. Variabel-variabel Yang Terdapat Dalam Bauran Pemasaran	10
1. Produk	11
2. Harga.....	16
3. Promosi	22
4. Saluran Distribusi	26
D. Perilaku Konsumen	32
E. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	
F. Pengertian Keputusan pembelian.....	32
G. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian	39
H. Hipotesis.....	40

BAB III METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel	42
B. Definisi Konseptual Variabel.....	42
C. Definisi Operasional Variabel	43
D. Ruang Lingkup Penelitian.....	45
E. Lokasi Penelitian	46
F. Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	46
G. Sumber Data	47
H. Teknik Pengumpulan Data	48
I. Instrumen Penelitian.....	49
J. Uji Validitas dan Reliabilitas	49
K Teknik Analisis Data	51

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Hasil Penelitian.....	53
1. Gambaran Umum Sophie Martin.....	53
2. Persyaratan Menjadi Member Sophie Martin	55
3. Tingkatan dalam Member Sophie Martin	55
4. Keuntungan Menjadi Member Sophie Martin	56
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	58
1. Deskripsi Responden	58
2. Deskripsi variabel	64
3. Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	79
4. Hasil Analisis Data.....	81

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	89
B. Saran.....	90

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Jenis Kelamin Responden.....	59
2. Usia Responden.....	60
3. Pekerjaan Orang Tua	61
4. Tingkat Pendapatan Orang Tua	62
5. Besarnya Uang Saku/Kiriman Dari Orang Tua Tiap Bulan	63
6. Distribusi Jawaban Responden Dalam Melakukan Pembelian Produk Sophie Martin Mengutamakan Tipe/Jenis Produk Dari Sophie Marti.....	65
7. Distribusi Jawaban Responden tentang Macam Variasi, desain (model) produk Sophie Martin yang ditawarkan	66
8. Distribusi Jawaban Responden tentang kualitas produk Sophie Martin akan memberikan pengaruh yang cukup besar dalam melakukan pembelian.....	67
9. Distribusi Jawaban Responden tentang harga yang ditetapkan Produk Sophie Martin akan menjadi pertimbangan dalam melakukan pembelian	68
10. Distribusi Jawaban Responden tentang pemberian potongan harga/diskon yang diberikan oleh Sophie Martin akan mempengaruhi dalam melakukan pembelian.....	69
11. Distribusi Jawaban Responden tentang harga produk pesaing akan menjadi bahan pertimbangan dalam melakukan pembelian	69
12. Distribusi Jawaban Responden tentang iklan yang ada diberbagai media massa akan mempengaruhi persepsi akan produk yang ditawarkan Sophie Martin sehingga akan mempengaruhi dalam melakukan pembelian.....	71
13. Distribusi Jawaban Responden tentang promosi yang dilakukan oleh Sophie Martin sangat berpengaruh	

dalam melakukan pembelian produk Sophie Martin	72
14. Distribusi Jawaban Responden tentang kegiatan promosi yang dilakukan Sophie Martin hendaknya menampilkan format yang selalu baru	72
15. Distribusi Jawaban Responden tentang penetapan saluran distribusi yang telah dilakukan oleh Sophi Martin akan mempengaruhi dalam melakukan pembelian.....	74
16. Distribusi Jawaban Responden tentang sistem pengiriman barang yang dilakuakn oleh Sophie Martin akan mempengaruhi dalam melakukan pembelian	75
17. Distribusi Jawaban Responden tentang kemudahan dalam memperoleh produk Sophie martin akan mempengaruhi dalam melakukan pembelian	75
18. Distribusi Jawaban Responden tentang dalam melakukan pembelian produk Sophie martin berdasarkan atas pertimbangan pilihan/alternatif pada produk yang terbaik.....	77
19. Distribusi Jawaban Responden tentang kepuasan terhadap produk Sophie Martin akan mempengaruhi persepsi dan sikap konsumen sehingga menimbulkan keinginan untuk melakukan pembelian kembali	78
20. Distribusi Jawaban Responden tentang dalam melakukan pembelian produk Sophie Martin dilakukan dengan sadar, rasional, terencana.....	78
21. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	80
22. Hasil Pengujian Reliabilitas	81
23. Rekapitulasi Hasil Analisis regresi Linier Berganda	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran :

1. Kuesioner Penelitian
2. Hasil Jawaban Kuesioner Penelitian
3. Tabel Distribusi Jawaban Responden
4. Hasil Uji Validitas Instrumen
5. Hasil Uji Realibilitas Konsumen
6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda