

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
(Studi Empirik pada Hero Swalayan Yogyakarta)**



Oleh

Iis Halimatus Sakdiah

20020410200

**FAKULTAS EKONOMI**

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
(Studi Empirik pada Hero Swalayan Yogyakarta)**

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah  
Yogyakarta



Oleh  
Iis Halimatus Sakdiah  
20020410200

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2006**


**SKRIPSI**  
**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP**  
**KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**  
**(Studi Empirik pada Hero Swalayan Yogyakarta)**

Diajukan oleh



Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing

  
Drs. Supriyadi, MM.  
NIK : 143010

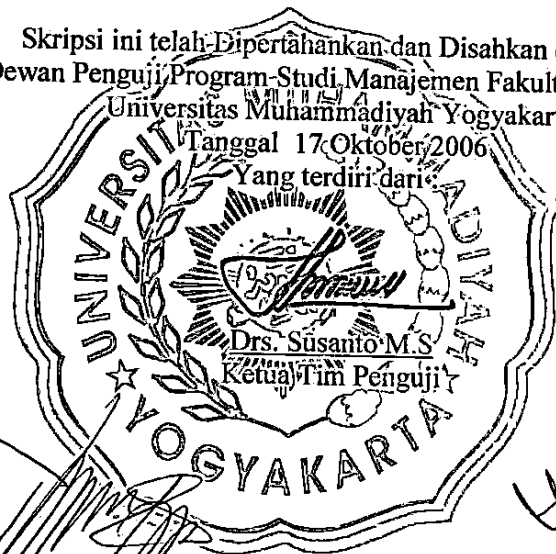
Tanggal 4 September 2006


**SKRIPSI**  
**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP**  
**KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**  
**(Studi Empirik pada Hero Swalayan Yogyakarta)**


Diajukan oleh

**IIS HALIMATUS SAKDIAH**  
20020410200

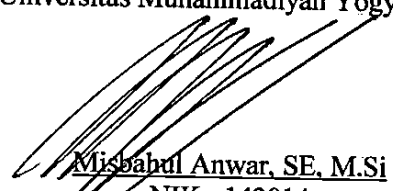
Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Tanggal 17 Oktober 2006  
Yang terdiri dari



  
Drs. Supriyadi MM  
Anggota Tim Penguji

  
Meika Kurnia Puji R.D.A SE, M.S.  
Anggota Tim Penguji

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

  
Misbahul Anwar, SE, M.Si  
NIK : 143014

## **PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN**

“ Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, September 2006

Penulis

(Iis Halimatus Sakdiah)

➤ Tidak sesuatu yang lebih baik dari akal yang diperndah dengan kebenaran (shidiq) dan kebenaran yang diperndah dengan kebaikan dan kebaikan yang

(HR. Mufri. 1h)

➤ Dengan ilmu kehidupan menjadi mudah, dengan seni kehidupan menjadi indah dan dengan agama kehidupan menjadi terarah dan bermakna.

(QS. Al-Baqarah:45)

➤ Jadikan sabar dan sholatmu sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat bagi orang-orang yang fhusu;

(QS. Al-Insyirah:6-8)

➤ Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.

HALAMAN 17

## *HALAMAN PERSEMBAHAN*

*Kupersembahkan skripsi ini khusus untuk:*

- ↳ Bapak dan Ibu tercinta yang selalu mengiringi setiap langkahku dengan do'a.*
- ↳ Kakak-kakakku tersayang yang selalu memberiku dorongan.*
- ↳ Suamiku yang selalu menghiasi hariku dengan senyuman.*

## INTISARI

Penelitian ini membahas tentang pengaruh faktor bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian di Hero Swalayan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor bauran pemasaran mana, diantara faktor produk, harga, promosi dan lokasi yang memiliki pengaruh pada keputusan pembelian di Hero Swalayan Yogyakarta dan untuk menganalisis faktor bauran pemasaran yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian di Hero Swalayan Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian analisis regresi, secara kolektif, empat faktor bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Hero Swalayan dan harga adalah variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian konsumen. Dari hasil ini menunjukkan bahwa pengelola swalayan harus mempertimbangkan faktor-faktor tersebut, khususnya faktor-faktor harga.

*Kata kunci : bauran pemasaran, keputusan pembelian, swalayan*



## **ABSTRACT**

*This research discussed about the effect of marketing mix factor on buying decision in Hero Supermarket. It aimed to analyze the extent to which marketing mix factor including product factor (X1), price (X2), promotion (X3) and location (X4) effected on the buying decisions in Hero Supermarket in Yogyakarta and to analyze marketing mix factors effecting strongly on buying decisions in Hero Supermarket in Yogyakarta. Based on the results of regression analysis, collectively the four marketing mix factors effected on the buying decisions in Hero Supermarket and the price was the dominant variable effecting the consumers's buying decisions. From the result it was suggested that the supermarket operators should consider the factors, especially the price factors.*

*Keywords : marketing mix, buying decision, supermarket*

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kesabaran, kekuatan dan tak lupa ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSUMEN (Studi empirik pada Hero Swalayan Yogyakarta)

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak mendapat dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Tanpa bantuan dari pihak-pihak tersebut, penyusunan skripsi tidak akan terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

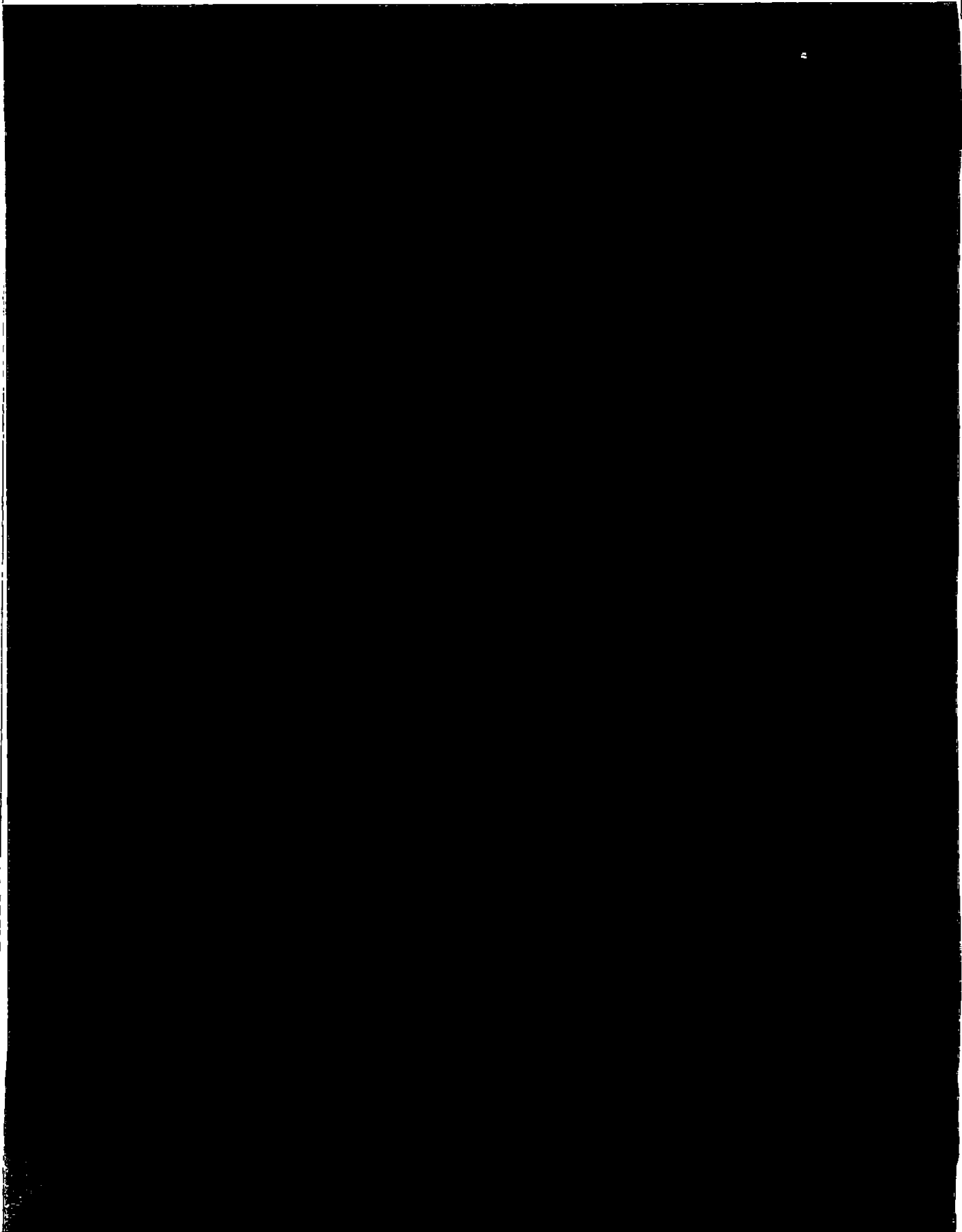
1. Bapak Misbahul Anwar SE, Msi selaku dekan fakultas ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Supriyadi M.M selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberi pengarahan dan bimbingan dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Lela Hindasah SE, Msi selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan semangat dan dorongan untuk menyelesaikan studi ini.
4. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu atas segala bantuan yang diberikan kepada penulis

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca sangatlah penulis harapkan, dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, September 2006

(Iis Halimatus Sakdiah)



## DAFTAR ISI

|   | Halaman |
|---|---------|
| HALAMAN JUDUL .....                       | i       |
| HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING..... | ii      |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                   | iii     |
| HALAMAN PERNYATAAN .....                  | iv      |
| HALAMAN MOTTO .....                       | v       |
| HALAMAN PERSEMBAHAN.....                  | vi      |
| INTISARI .....                            | vii     |
| ABSTRAK .....                             | viii    |
| KATA PENGANTAR .....                      | ix      |
| DAFTAR ISI .....                          | xi      |
| DAFTAR TABEL .....                        | xiv     |
| DAFTAR GAMBAR.....                        | xv      |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                     | xvi     |
| <br>                                      |         |
| BAB I. PENDAHULUAN .....                  | 1       |
| A. Latar Belakang Masalah .....           | 1       |
| B. Batasan Masalah .....                  | 2       |
| C. Rumusan Masalah .....                  | 3       |
| D. Tujuan Penelitian .....                | 3       |
| E. Manfaat Penelitian .....               | 4       |
| <br>                                      |         |
| BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....            | -       |

|  |           |
|--|-----------|
| A. Landasan Teori .....                                    | 5         |
| 1. Pengertian Perilaku Konsumen .....                      | 5         |
| 2. Model Perilaku Konsumen .....                           | 6         |
| 3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen ..... | 8         |
| 4. Tipe Perilaku Pembelian Konsumen .....                  | 13        |
| 5. Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan .....          | 14        |
| 6. Mengembangkan Bauran Pemasaran .....                    | 16        |
| B. Hasil Penelitian Terdahulu .....                        | 17        |
| C. Hipotesis .....   | 18        |
| D. Model Penelitian .....                                  | 19        |
| <b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>                    | <b>20</b> |
| A. Obyek Penelitian .....                                  | 20        |
| B. Populasi dan Sampel .....                               | 20        |
| C. Teknik Pengambilan Sampel .....                         | 20        |
| D. Jenis Data .....  | 21        |
| E. Metode Pengumpulan Data .....                           | 21        |
| F. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....      | 21        |
| G. Uji Kualitas Instrumen .....                            | 22        |
| H. Uji Hipotesis dan Analisis Data .....                   | 24        |
| <b>BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>          | <b>27</b> |
| A. Analisis Deskriptif .....                               | 27        |
| 1. Karakteristik Responden .....                           | 27        |
| 2. Persepsi Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran             |           |

|   |    |
|---|----|
| Pada Hero Swalayan Yogyakarta .....     | 30 |
| B. Analisis Kualitatif.....             | 35 |
| 1. Uji Validitas dan Reliabilitas ..... | 36 |
| 2. Hasil Regresi Linear Berganda .....  | 38 |
| 3. Uji F .....                          | 39 |
| 4. Uji Parsial .....                    | 40 |
| 5. Koefisien Determinasi .....          | 42 |
| C. Pembahasan dan Implikasi .....       | 42 |
| BAB V. SIMPULAN DAN SARAN .....         | 47 |
| A. Simpulan .....                       | 47 |
| B. Saran .....                          | 48 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                    | 50 |
| LAMPIRAN .....                          | 51 |

## DAFTAR TABEL

| Tabel   | Halaman |
|---|---------|
| 4.1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....      | 27      |
| 4.2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia .....               | 28      |
| 4.3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan ..... | 29      |
| 4.4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan .....         | 29      |
| 4.5. Penilaian Variabel Produk .....                            | 31      |
| 4.6. Penilaian Variabel Harga .....                             | 32      |
| 4.7. Penilaian Variabel Promosi .....                           | 33      |
| 4.8. Penilaian Variabel Lokasi .....                            | 34      |
| 4.9. Penilaian Variabel Keputusan Pembelian .....               | 35      |
| 4.10. Hasil Uji Validitas .....                                 | 36      |
| 4.11. Hasil Uji Reliabilitas .....                              | 37      |
| 4.12. Estimasi Regresi Linear Berganda .....                    | 38      |



## DAFTAR GAMBAR

| Gambar  | Halaman |
|---|---------|
| 2.1. Model Perilaku Konsumen.....   | 7       |
| 2.2. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen .....                    | 14      |
| 2.3. Model Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan<br>Pembelian Konsumen | 10      |