

**ANALISIS VARIABEL MARKETING MIX YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PEMUTIH WAJAH POND'S
WHITE BEAUTY DI DIY**

*Analysis of Marketing Mix Variable which Influence Purchasing Decision of
Pond's White Beauty Skin Whitening Product in DIY*

SKRIPSI



Oleh
TRI RATMAWATI
20050410161

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2009

SKRIPSI
ANALISIS VARIABEL MARKETING MIX YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PEMUTIH WAJAH POND'S
WHITE BEAUTY DI DIY

Diajukan oleh

TRI RATMAWATI
20050410161

Telah disetujui Dosen Pembimbing

Sutrisno Wibowo, S.E.,M.M.
NIK : 143 030

Tanggal

SKRIPSI
ANALISIS VARIABEL MARKETING MIX YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PEMUTIH WAJAH POND'S
WHITE BEAUTY DI DIY

Diajukan oleh

TRI RATMAWATI
20050410161

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 25 Maret 2009
Yang terdiri dari

Indah Fatmawati, S.E.,M.Si.
Ketua Tim Penguji

Sutrisno Wibowo, S.E.,M.M.
Anggota Tim Penguji

Fajarwati, S.E.,M.Si.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Misbahul Anwar, S.E.,M.Si.
NIK: 143014

Karya kecil ini ku persembahkan untuk :

Bapak dan mama'ku, tidak ada yang dapat melebihi angka kasih sayang orang-orang yang telah melahirkan, membesarkan dan mendidik, sesuatu yang tak aku terima dari selain mereka.

Saudara-saudaraku, terimakasih atas bantuan, dorongan dan semangatnya.

Untuk "dya" yang telah ditetapkanNya untukku, yakinlah dengan janjiNya kita pasti akan dipertemukan.

Almamaterku

“Jangan berputus asa meskipun kamu telah berdo'a dengan keras, ada saat penundaan dalam menerima karunia yang diharapkan. Dia telah menjamin bahwa Dia akan memenuhi apa yang dipohonnya untukmu, bukan apa yang kamu pilih untuk dirimu sendiri pada saat yang Dia tentukan, bukan pada saat yang kamu inginkan”
(Ibnu Ata'illah)

Hanya dengan mengingat Allahlah
hati menjadi tenteram
(QS. Ar-Ra'd : 28)

Dan mintalah pertolongan (kepada Allah)
dengan jalan sabar dan mengerjakan sholat,
dan sesungguhnya sholat itu amatlah berat kecuali
kepada orang-orang yang khusuk
(QS. Al-Baqarah : 45)

Barangsiapa yang bertaqwa kepada Allah
Niscaya Dia akan mengadakan baginya jalan keluar.
Dan memberinya rizki dari arah yang tidak disangka-sangka.
Dan barangsiapa yang bertawakal kepada Allah,
Niscaya Allah akan mencukupkan keperluannya.
(QS. Ath-Tholaaq : 2-3)

“Barangsiapa yang menginginkan dunia (mendapatkannya)
harus memakai ilmu. Barangsiapa yang menginginkan akherat
(mendapatkannya) harus memakai ilmu.
Barangsiapa yang menginginkan dunia dan akherat,
(mendapatkan keduanya) harus dengan ilmunya”

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Analisis Variabel Marketing Mix yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Pemutih Wajah Pond’s White Beauty di DIY”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dalam penggunaan taktik mempengaruhi dalam pengambilan keputusan organisasional dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Misbahul Anwar, S.E.,M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Bapak Sutrisno Wibowo, S.E., M.M. yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
3. Ayah dan ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.

4. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta,

Tri Ratmawati

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variabel produk, harga, promosi dan distribusi secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk pemutih wajah Pond's White Beauty di DIY dan untuk menganalisis variabel-variabel tersebut yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk pemutih wajah Pond's White Beauty di DIY.

Sampel ini menggunakan metode *convenience sampling*, dengan jumlah sample 100 responden terhadap masyarakat DIY yang sedang atau pernah menggunakan produk pemutih wajah Pond's White Beauty. Pada penelitian ini menggunakan data primer melalui survey dan dikumpulkan menggunakan kuesioner. Analisis data digunakan dengan menggunakan Regresi Linier Berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, a) ada pengaruh yang signifikan antara variabel produk, harga, promosi dan distribusi secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian produk pemutih wajah Pond's White Beauty di DIY, b) Diantara variabel-variabel *Marketing mix* yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian produk pemutih wajah Pond's White Beauty di DIY adalah variabel harga.

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

ABSTRACT

The objectives of this research is to analysis the variable product, price, promotion and distribution according to partial and simultan influential to consumer decision to make purchasing Pond's White Beauty skin whitening product in DIY and to analysis the variable that most influential to consumer decision to make purchasing Pond's White Beauty skin whitening product in DIY.

This sample use convenience sampling method with 100 number of responden in DIY which exacty or ever use Pond's White Beauty skin whitening product. This reaserch use primary data along survey and collected by Questionary. Data analysis used Multiple Linier Regretion.

Result of this reaserch showed that: a) that has found significant influence between variable product, price, promotion and distribution according simultan or partial to purchasing decision Pond's White Beauty skin whitening product in DIY. b) between Marketing Mix variable which existhing product, price, promotion and distribution the most influence purchasing dicision Pond's White Beauty skin whitening product in DIY is price variable.

Key Word: Product, Price, Promotion, Distribution, Purchasing Dicision.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	viii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori.....	8
1. Pemasaran.....	8
2. Perilaku Konsumen.....	12
3. Marketing Mix.....	20

B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	33
C. Hipotesis.....	34
D. Model Penelitian.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
A. Obyek/ Subyek Penelitian.....	36
B. Jenis Data	36
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	36
D. Teknik Pengumpulan Data.....	37
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	37
F. Uji Kualitas Instrumen.....	41
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Gambaran Umum Obyek/ Subyek Penelitian.....	46
B. Uji Kualitas Instrumen.....	53
C. Hasil Penelitian.....	55
D. Pembahasan.....	62
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN.....	66
A. Simpulan.....	66
B. Saran.....	67
C. Keterbatasan Penelitian.....	68

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Klasifikasi Responden Berdasarkan Menggunakan Produk.....	50
---	----

Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	50
Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	52
Hasil Uji Validitas.....	53
Hasil Uji Reliabilitas.....	54
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
Hasil Uji F.....	57
Hasil Uji t.....	59
Hasil Analisis Adjusted R ²	60
Hasil Koefisien Beta.....	61

DAFTAR GAMBAR

2.1. Model Perilaku Pembeli.....	13
2.2. Empat P dari Bauran Pemasaran.....	21

2.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penetapan Harga.....	26
2.4. Struktur Saluran Distribusi.....	32
2.5. Model Penelitian.....	35