

**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR MARKETING MIX YANG
BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PADA
PASAR SWALAYAN DI PONOROGO**

SKRIPSI

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



Oleh

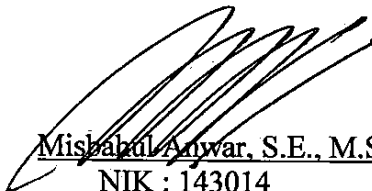
**Eka Andriana
20040410211**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2007**

SKRIPSI
ANALISIS FAKTOR – FAKTOR MARKETING MIX YANG
BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PADA
PASAR SWALAYAN DI PONOROGO

Diajukan Oleh
Eka Andriana
20040410211

Telah disetujui Dosen Pembimbing
Pembimbing I


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

Tanggal 6 November 2007

SKRIPSI
ANALISIS FAKTOR – FAKTOR MARKETING MIX YANG
BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PADA
PASAR SWALAYAN DI PONOROGO


Diajukan Oleh

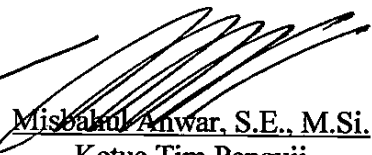
EKA ANDRIANA
20040410211


Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 30 Oktober 2007

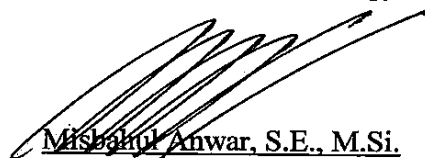
Yang terdiri dari


Heru Kurnianto, S.E., MM
Anggota Tim Penguji


Misbahul Anwar, S.E., M.Si.
Ketua Tim Penguji


Rita Kusumawati, S.E., M.Si
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta


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

PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul : “Analisis Faktor-faktor Marketing Mix yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Membeli pada Pasar Swalayan di Ponorogo” 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 dalam Daftar Pustaka.

Yogyakarta, 1 November 2007

Eka Andriana

Motto

- Allah akan mengangkat orang-orang yang beriman diantara kamu dan orang-orang yang berilmu beberapa derajat,
(QS. Al Mujadalah :11)
- Tiada yang mendatangkan kebaikan selain Engkau, tiada yang menolak keburukan selain Engkau, tiada daya upaya melainkan dengan izinmu...
(Hadist)
- Kebahagiaanku adalah melihat orangtuaku tersenyum.

Kupersembahkan

Kepada:

Bapak dan Mamahku Tercinta

Bapak dan Ibuku Tercinta

Alm.Kakek dan Nenekku

Nenekku Tercinta

Adikku Tersayang

Tunanganku Tercinta

Keluarga Besarku

Almamaterku

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Faktor-faktor Marketing Mix yang Berpengaruh terhadap Keputusan Membeli pada Pasar Swalayan di Ponorogo”.

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan khasanah baru bagi perkembangan ilmu pengetahuan di bidang bisnis retail dan Sebagai bahan masukan dan tambahan pengetahuan untuk mengetahui dan memudahkan konsumen dalam memilih tempat berbelanja.

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

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan dan masukan selama penulis menyelesaikan skripsi.
2. Bapak dan Mamahku serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberi dorongan, perhatian dan kasih sayang tak terhingga.
3. Bapak dan Ibuku yang juga tidak lupa memberikan dukungan dan nasehat.
4. Tunanganku yang selalu mendukungku, memberikan kasih sayang dan perhatian.
5. Teman baikku Eni A. yang selalu ada untukku.
6. Keluarga besar ”MEONG” yang selalu mengajakku touring.
7. Teman-teman”Shavira Kids”(mbak Sari, mbak Indah, mbak Affa, Lusi, de’Sulis, Fifa Mutzz, Mimi, Mama, Shela,Titis, Ida, Eni, Chupid, vita, Nila, Link-link, Tiara, Tika, Wati, Merita, Nita, Lisna, Tiara, dan Afni).
8. Temam-teman di FE UMY.

9. Rekan-rekan yang telah banyak membantu yang tak dapat disebutkan satu persatu.

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, 2 November 2007

(Eka Andriana)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan Teori.....	7
1. Definisi Pemasaran.....	7
2. Konsep Pemasaran.....	7
3. Lingkungan Pemasaran.....	9
4. Perilaku Konsumen.....	9
5. Faktor – faktor Perilaku Konsumen dalam Membeli Pengambilan Keputusan Membeli.....	10
6. Proses Pengambilan Keputusan Membeli.....	17
7. Pengertian Swalayan.....	18
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	20
C. Hipotesis.....	21

D. Model Penelitian.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
A. Obyek/Subyek Penelitian.....	24
B. Teknik Pengambilan Sampel.....	24
C. Jenis Data.....	24
D. Teknik Pengumpulan Data.....	25
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	25
F. Uji Kualitas Instrumen.....	29
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	33
B. Analisis Deskripsi.....	35
C. Uji Kevalidan Data.....	38
D. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	40
E. Pembahasan.....	50
BAB V SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN PENELITIAN.....	53
A. Kesimpulan.....	53
B. Saran.....	54
C. Keterbatasan Penelitian.....	55
DATFAR PUSAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	37
4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian.....	38
4.5	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	39
4.6	Tanggapan responden terhadap pertanyaan pada faktor produk.....	40
4.7	Tanggapan responden terhadap pertanyaan pada faktor harga.....	41
4.8	Tanggapan responden terhadap pertanyaan pada faktor lokasi.....	41
4.9	Tanggapan responden terhadap pertanyaan pada faktor karyawan.....	42
4.10	Tanggapan responden terhadap pertanyaan pada faktor pelayanan.....	42
4.11	Tanggapan responden terhadap pertanyaan pada faktor bukti fisik.....	43
4.12	Ringkasan Hasil Perhitungan Regresi.....	45