

Yayasan Menara Bhakti	
UNIVERSITAS MERCU BUANA	
Perpustakaan Pusat	
Sumber :	Sumbangan
Tanggal :	22 AGS 2013
No. Reg. :	1. S121310798
	2. SE/31/13/131

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KURMA MEREK THAMRA**

SKRIPSI

Nama : Retno Suciati

NIM : 4310411-169



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2013**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KURMA MEREK THAMRA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen-Strata 1

Nama : Retno Suciati

NIM : 4310411-169



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2013**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Retno Suciati

NIM : 4310411-169

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

MERCU BUANA

Jakarta, 31 Juli 2013

**METERAI
TEMPEL**
PAKAI MEMBARUKAN DAN BUKAL
TGL. 2013
A1629AB77253487
FINANSI KEMENTERIAN KEHUTANAN
6000 **DJP**
Retno Suciati

(4310411-169)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Retno Suciati
NIM : 4310411-169
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian
Kurma Merek Thamra

Disahkan oleh:
Pembimbing Skripsi


UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Dr. Rina Astini, SE, MM)

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen-S1


(Dr. Wiwik Utami, AK, MS)


(Dr. Rina Astini, SE, MM)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya serta sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KURMA MEREK THAMRA” (Studi Kasus Pada Konsumen Pembeli Kurma Thamra di Giant Harapan Indah Bekasi) dengan baik. Banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini baik secara moril maupun spiritual maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

- 1 Dr. Wiwik Utami, AK, MS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu buana
- 2 Dr. Rina Astini, SE,MM selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan perhatiannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi ini.
- 3 Bapak dan Ibu Dosen program S1 Program Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah mendidik dan membekali ilmu pengetahuan.
- 4 Almarhum Ayah yang belum sempat mewujudkan cita-citanya untuk melihat saya wisuda, terima kasih atas kasih sayang yang besar sampai nafas terakhir. Ibu tercinta yang selalu mendoakan saya
- 5 Suami dan anakku tercinta yang memberi dukungan dan bantuan setiap

membutuhkan sesuatu atau menemui kesulitan.

- 6 Keluarga besar saya atas motivasi dan nasihat-nasihat berharga.
- 7 Seluruh teman-teman Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Kelas Karyawan angkatan 2004 atas kebersamaannya selama kuliah.
- 8 Para responden yang telah membantu penelitian ini dengan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.
- 9 Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa dan dukungan hingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

Jakarta, 31 Juli 2013



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Retno Suciati

(4310411-169)

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAM PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	8
2.2 Bauran Pemasaran.....	9
2.2.1 Produk.....	10
2.2.2 Harga.....	16
2.2.3 Saluran Distribusi.....	21

2.2.4 Promosi.....	26
2.3 Keputusan Pembelian.....	28
2.4 Kerangka Pemikiran.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Obyek Penelitian.....	33
3.2 Desain Penelitian.....	33
3.3 Hipotesis.....	34
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	34
3.4.1 Variabel Penelitian.....	34
3.4.2 Definisi Operasional Variabel.....	35
3.5 Metoda Pengumpulan Data.....	35
3.6 Jenis dan Sumber Data.....	36
3.7 Populasi dan Sampel.....	36
3.8 Metode Analisis Data.....	37
3.8.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	37
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	38
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Karakteristik Responden.....	41
4.1.1 Usia.....	41
4.1.2 Jenis Kelamin.....	42
4.1.3 Pekerjaan.....	42
4.2 Data Hasil Penelitian.....	43
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	46

4.2.3 Uji Regresi Linier Berganda.....	48
4.2.4 Pengujian Hipotesis.....	50
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	52
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	53
5.1 Simpulan.....	53
5.2 Saran.....	53
5.3 Penelitian yang akan datang.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN	
Lampiran 1 : Kuisioner Penelitian	
Lampiran 2 : Data Penelitian	
Lampiran 3 : Data SPSS Analisis Validitas dan Reliabilitas	
Lampiran 4 : Data SPSS Analisis Regresi Linier	

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jenis dan Harga Kurma Thamra.....	2
Tabel 3.1	Definisi Variabel.....	35
Tabel 4.1	Usia Responden	41
Tabel 4.2	Karakteristik Responden berdasar jenis kelamin.....	42
Tabel 4.3	Karakteristik Responden berdasar Pekerjaan.....	42
Tabel 4.4	Uji Validitas.....	44
Tabel 4.5	Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 4.6	Uji Multikolinearitas.....	47
Tabel 4.7	Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t).....	50



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 4.2	Uji Normalitas.....	46
Gambar 4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	48



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2 : Data Kuisisioner Penelitian

Lampiran 3 : Data SPSS Analisis Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4 : Data SPSS Analisis Regresi Linier



ABSTRAK

Skripsi ini membahas bagaimana pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen, yang selanjutnya berdampak pada perilaku pembelian kembali konsumen. Data diperoleh melalui survey dengan menyebarkan kuisisioner kepada 100 pembeli kurma Thamra di Giant Harapan Indah. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah simple random sampling, sedangkan alat analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan dari produk, distribusi dan bauran pemasaran yang dilakukan bersama terhadap keputusan pembelian kurma Thamra. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian menggunakan sampel yang lebih banyak.

Kata kunci : Produk, Harga, Distribusi dan Promosi