

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PT.SAHARA PUTRI AULIA PALEMBANG**

SKRIPSI



DIYA LORENZA

151510243

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINA DARMA
PALEMBANG**

2019

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PT.SAHARA PUTRI AULIA PALEMBANG**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar

Sarjana Ekonomi

OLEH

DIYA LORENZA

151510243



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINA DARMA
PALEMBANG
2019**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PT. SAHARA PUTRI AULIA PALEMBANG

DIYA LORENZA
151510243

Telah Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Program Studi Manajemen

Palembang, September 2019
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Bina Darma

Pembimbing



Drs. H. Mukran Roni, M.B.A

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Bina Darma
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Dr. Muji Gunarto, S.Si, M.Si

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi ini berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sahara Putri Aulia Palembang” sudah di presentasikan di depan penguji pada hari jumat tanggal 6 September 2019 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

KOMISI PENGUJI

- | | |
|----------------------------------|-------------------|
| 1. Drs. H. Mukran Roni, M.B.A | Ketua |
| 2. Dra. Gagan Ganjar Resmi, M.Si | Anggota Penguji 1 |
| 3. Irwan Septayuda S.E., M.Si | Anggota Penguji 2 |



Palembang, September 2019
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Bina Darma



Dr. Dina Mellita, S.E., M.Ec

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Diya Lorenza

Nim : 151510243

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik (ahli madya/sarjana/magister) di Universitas Bina Darma atau perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri dengan arahan pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dengan mencantumkan nama pengarang dan memasukkan kedalam daftar pustaka.
4. Saya bersedia skripsi yang saya hasilkan dicek keasliannya menggunakan *plagiat checker* serta diunggah ke internet, sehingga dapat diakses publik secara langsung.
5. Surat pernyataan ini ditulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terbukti melakukan penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, 11 September 2019
Yang membuat pernyataan,



Diya Lorenza
151510243

ABSTRAK

Semakin ketatnya persaingan dalam bisnis perumahan membuat konsumen mempunyai banyak alternatif pilihan, sehingga konsumen semakin selektif dan kritis dan sering kali memerlukan waktu yang relatif lama dalam proses pengambilan keputusan pembelian rumah, sehingga menjadi tantangan bagi perusahaan pengembang perumahan untuk menerapkan konsep bauran pemasaran yang tepat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian pada PT. Sahara Putri Aulia Palembang. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan metode menggunakan kuesioner dan observasi non partisipan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian rumah pada PT. Sahara Putri Aulia Palembang dengan sampel berjumlah 50 orang responden. Teknik analisis data penelitian ini adalah regresi linier berganda. Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian ini terdapat lima variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, yaitu variabel *Product*, *Price*, *People*, *Process* dan *Physichal evidence* dikarenakan nilai t hitungnya $<0,05$. Sedangkan variabel lainnya yaitu variabel *Place* dan *Promotion* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dikarenakan nilai t hitungnya $>0,05$, dan diketahui bahwa nilai uji F hitung sebesar $164 > 2.23$ dengan signifikansi $0.000 < 0.05$, yang artinya variabel bauran pemasaran (*product*, *price*, *promotion*, *place*, *people* (orang), *process* dan *physichal evidence*) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Sahara Putri Aulia Palembang.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Increasing competition in the housing business makes consumers have many alternative choices, so consumers are more selective and critical and often require a relatively long time in the process of making a home purchase decision, making it a challenge for housing development companies to apply the right marketing mix concept. The purpose of this research are to determine the effect of marketing mix partially and simultaneously on purchasing decisions at PT. Sahara Putri Aulia Palembang. This type of research used in this study is a type of quantitative research with methods using questionnaires and non-participant observation. The population in this research are consumers who make house purchases at PT. Sahara Putri Aulia Palembang with the samples are 50 respondents. The data analysis technique of this research is multiple linear regression. Based on the results and discussion in this research, there are five variables that have a significant influence on purchasing decisions, there are the product, price, people, process and physical evidence variables because the t value is <0.05 . while the other variables, there are the place and promotion variable, don't have a significant effect on purchasing decisions because the value of t arithmetic > 0.05 , and note that the calculated f test value is $164 > 2.23$ with a significance of $0.000 < 0.05$, which means the marketing mix variable (product, price, promotion, place, people, process and physical evidence simultaneously have a significant effect on purchasing decisions at PT. Sahara Putri Aulia Palembang.

Keywords: Marketing Mix, Purchasing Decisions

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Bekerjalah bagaikan tak butuh uang. Mencintailah bagaikan tak pernah disakiti Menarilah bagaikan tak seorang pun sedang menonton”. (Mark Twain)

“Jangan menunggu. Takkan pernah ada waktu yang tepat.” (Napoleon Hill)

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui sedang kamu tidak mengetahui”. (QS Al Baqarah : 216)

Kupersembahkan Kepada:

- ❖ Kedua orang tua dan adikku tercinta yang selalu mendukung dan mendoakan yang terbaik
- ❖ Seluruh dosen program studi manajemen Universitas Bina Darma yang terhormat
- ❖ Sahabat-sahabat dan orang-orang terdekatku
- ❖ Almamater yang kubanggakan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data pribadi

Nama Lengkap : Diya Lorenza
Jenis kelamin : Perempuan
Tempat,tanggal lahir : Pagaram,25 september 1997
Alamat : Jl. Serda canis RT.02/RW01 Talang Ilir,
Kec. Talang Kelapa. Kab. Banyuasin
Agama : Islam
Telepon : 0823-7494-8443
Email : Dyalorenza@gmail.com

Pendidikan Formal

SD (2003-2009) : SDN 25 Talang Kelapa
SMP (2009-2012) : SMPN 9 Pagaram
SMA (2012-2015) : SMA Methodist 4
Perguruan Tinggi : S1 Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bina Darma

Riwayat Pendidikan Non Formal

- Mengikuti kursus bahasa inggris di Sriwijaya English Course (2011)
- Peserta kegiatan ekstrakurikuler *English Club* di SMA Methodist 4 (2012-2013)
- Peserta kegiatan ekstrakurikuler kelas Kimia di SMA Methodist 4 (2012-2013)
- Peserta kegiatan ekstrakurikuler Marching Band “Grita Gratia Smadist Four” di SMA Methodist 4 (2013)
- Sekretaris OSIS SMA Methodist 4 periode 2013-2014
- Peserta Olimpiade Sains/Bahasa/Seni The 3rd Methodist Expo 2014 Tingkat SD/SMP/SMA di SMA Methodist 1 Palembang
- Peserta Outbound Manajemen Training yang diselenggarakan Himpunan Mahasiswa Manajemen sebagai peserta (2016-2017)
- Peserta KET University of Cambridge in English Language Centre Universitas Bina Darma Palembang (2017)
- Peserta *Table Manner Training* di Hotel Sintesa Peninsula Palembang

- Seminar Kewirausahaan “Membangunkan Karakteristik *Entrepreneurship* Bagi Pemuda dan Mahasiswa Di Era Globalisasi” diselenggarakan di Universitas Bina Darma (2015)
- Seminar Kewirausahaan “Membangunkan Karakteristik *Entrepreneurship* Bagi Pemuda dan Mahasiswa Di Era Globalisasi” Diselenggarakan di Universitas Bina Darma (2015)
- Seminar “*Career Coaching Training*” diselenggarakan di Universitas Bina Darma (2019)

KATA PENGANTAR

الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ اللَّهُ بِسْمِ

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sahara Putri Aulia Palembang”**. Penulisan skripsi ini sebagai salah satu persyaratan akademis untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Darma Palembang.

Penulis menyadari bahwa untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Sunda Ariana, M.Pd., M.M selaku Rektor Universitas Bina Darma Palembang.
2. Dr. Muji Gunarto, S.Si., M.Si selaku Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Darma Palembang.
3. Dr. Dina Mellita, SE,.M.Ec. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bina Darma Palembang.
4. Drs. H. Mukran Roni, M.B.A selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar meluangkan waktu serta memberikan bimbingan dan saran yang sangat bermanfaat dalam penulisan skripsi ini.
5. H. Mispan, Amd selaku Manager Operasional yang telah memberikan izin penelitian pada PT. Sahara Putri Aulia Palembang.

6. Ristian S.H selaku pengawas lapangan PT. Sahara Putri Aulia yang telah membantu dan memberikan banyak informasi yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini.
7. Kedua orang tua, adik dan seluruh keluargaku tercinta atas dukungan baik secara moril ataupun materil serta doa yang selalu diberikan kepada penulis.
8. Charlie Susilo dan Lily selaku atasan CV. Maxxindo Jaya yang selalu memberikan izin ketika ada keperluan dalam menyangkut perkuliahan.
9. Riza Apuhan, Masnita Wulandari, Irto Wahyudi, Deni Wahyudi, Ramdhani Hidayatullah, Tri Prabowo dan Arista Lensiani yang selalu memberikan dukungan dan memberikan semangat.
10. Teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen di Universitas Bina Darma Palembang dan pihak-pihak terkait lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis Menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik beserta saran yang bersifat membangun guna untuk memperbaiki laporan ini Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.

Palembang, Agustus 2019

Penulis

Diya Lorena

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
Bab II Tinjauan Pustaka	
2.1 Pengertian Pemasaran.....	9
2.2 Pengertian Strategi Pemasaran	10
2.3 Pengertian Bauran Pemasaran	10
2.4 Unsur-Unsur Bauran Pemasaran.....	11
2.4.1 <i>Product</i> (Produk).....	11
2.4.1.1 Tingkatan Produk.....	12
2.4.1.2 Klasifikasi Produk	13
2.4.2 <i>Price</i> (Harga).....	14
2.4.3 <i>Promotion</i> (Promosi).....	15
2.4.4 <i>Place</i> (Distribusi/Lokasi).....	16
2.4.4.1 Faktor-Faktor Pertimbangan Lokasi.....	17
2.4.5 <i>People</i> (Orang/Partisipan)	17

2.4.5.1	Faktor-Faktor Yang Terdapat Dalam <i>People</i>	18
2.4.6	<i>Process</i> (Proses)	18
2.4.7.	<i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik).....	19
2.4.7.1	Jenis Bukti Fisik	19
2.5	Pengertian Perilaku Konsumen.....	21
2.6	Keputusan Pembelian	21
2.6.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	21
2.6.2	Proses Keputusan Pembelian	23
2.7	Hubungan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan	25
2.8	Penelitian Terdahulu.....	27
2.9	Kerangka Pemikiran	29
2.10	Hipotesis.....	30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Lokasi Penelitian.....	31
3.2	Variabel Penelitian	31
3.2.1	Operasional Variabel	32
3.2.2	Pengukuran Variabel	34
3.3	Jenis dan Sumber Data	35
3.4.	Metode Pengumpulan Data	36
3.5	Populasi dan Sampel	36
3.5.1	Populasi	36
3.5.2	Sampel.....	37
3.6	Uji Pernyataan Instrumen	37
3.6.1	Uji Validitas	37
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	37
3.7	Metode Analisis Data.....	38
3.7.1	Analisis Regresi Linier Berganda	38
3.7.2	Analisis Determinasi Parsial (R^2)	39
3.8	Uji Hipotesis.....	39
3.8.1	Uji Parsial (T).....	39
3.8.2	Uji Simultan (F).....	39
3.9	Uji Asumsi Klasik.....	40
3.9.1	Uji Multikolinieritas	40

3.9.2	Uji Heterokedastisitas	40
3.9.3	Uji Normalitas	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	42
4.1.1	Profil Perusahaan.....	42
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	44
4.1.3	Struktur Organisasi dan Tugas Wewenang	44
4.2	Karakteristik Responden.....	48
4.3	Penentuan Range	54
4.4	Deskripsi Variabel.....	55
4.4.1	Deskripsi Variabel Bauran Pemasaran.....	55
4.4.2	Deskripsi Variable Keputusan Pembelian.....	66
4.5	Uji Instrumen	67
4.5.1	Uji Validitas	67
4.5.2	Uji Reliabilitas.....	74
4.6	Uji Hipotesis	75
4.6.1	Analisis Regresi Linier Berganda	75
4.6.2	Uji T	78
4.6.3	Uji F	80
4.6.4	Koefisien Determinasi R^2	81
4.7	Uji Asumsi Klasik	82
4.7.1	Uji Multikonireritas	82
4.7.2	Uji Heterokedastisitas.....	83
4.7.3	Uji Normalitas	83
4.8	Pembahasan	85
4.8.1	Pengaruh Product Terhadap Keputusan Pembelian	85
4.8.2	Pengaruh Price Terhadap Keputusan Pembelian.....	86
4.8.3	Pengaruh Place Terhadap Keputusan Pembelian	87
4.8.4	Pengaruh Promotion Terhadap Keputusan Pembelian	89
4.8.5	Pengaruh People Terhadap Keputusan Pembelian	90
4.8.6	Pengaruh Process Terhadap Keputusan Pembelian.....	91
4.8.7	Pengaruh Physical Evidence Terhadap Keputusan Pembelian.....	92
4.8.8	Pengaruh Pengaruh Bauran Pemasaran Secara Simultan	

Terhadap Keputusan Pembelian	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	94
5.2 Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Keputusan Pembelian	24
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	30
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Perusahaan	44
Gambar 4.2	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	83
Gambar 4.3	Hasil Uji Normalitas Dengan Grafik P-P PLOT	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perbedaan Harga Perumahan Komersil Tipe 36 Pada PT. Sahara Putri Aulia Dengan Perumahan Lain Kota Palembang	3
Tabel 1.2	Perbedaan Harga Perumahan Komersil Tipe 45 Pada PT. Sahara Putri Aulia Dengan Perumahan Lain Di Palembang	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1	Lokasi Penelitian.....	31
Tabel 3.2	Operasional Variabel	32
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	49
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status	50
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	51
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	53
Tabel 4.7	Variabel Product.....	55
Tabel 4.8	Variabel Price.....	56
Tabel 4.9	Variabel Place.....	58
Tabel 4.10	Variabel Promotion	59
Tabel 4.11	Variabel People	61
Tabel 4.12	Variabel Process	63
Tabel 4.13	Variabel Physical Evidence	64
Tabel 4.14	Variabel Keputusan Pembelian.....	66
Tabel 4.15	Uji Validitas Variabel Product	68
Tabel 4.16	Uji Validitas Variabel Price.....	69
Tabel 4.17	Uji Validitas Variabel Place	69
Tabel 4.18	Uji Validitas Variabel Promotion	70
Tabel 4.19	Uji Validitas Variabel People	71
Tabel 4.20	Uji Validitas Variabel Process	72
Tabel 4.21	Uji Validitas Variabel Physical Evidence	73
Tabel 4.22	Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	74
Tabel 4.23	Uji Reliabilitas	75
Tabel 4.24	Hasil Uji Regresi Berganda	76
Tabel 4.25	Hasil Uji T	78

Tabel 4.26	Hasil Uji F	80
Tabel 4.27	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	81
Tabel 4.28	Hasil Uji Multikolinieritas	82
Tabel 4.29	Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Tabulasi Data
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas
Lampiran 4	Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran 5	Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Lampiran 6	Hasil Uji Asumsi Klasik
Lampiran 7	Surat Izin Penelitian
Lampiran 8	Formulir Perbaikan Proposal
Lampiran 9	Formulir Perbaikan Skripsi
Lampiran 10	Surat Keterangan Lulus Ujian Proposal
Lampiran 11	Lembar Konsultasi
Lampiran 12	Surat Keterangan Lulus Ujian Skripsi
Lampiran 13	Foto-Foto Tempat Penelitian