

**ANALISIS *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PAKAIAN BEKAS
(STUDI KASUS PADA ONLINE *SHOP @SURABAYA_BRANDSECOND*
DI BENOWO SURABAYA BARAT)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan oleh :

AWANDA BRILLIAN DANU REZA

NPM : 19420087

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2022

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Awanda Brillian Danu Reza
NPM : 19420087
Alamat : Perumahan graha suryanata blok j3 no 11
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan skripsi dengan judul **“ANALISIS MERKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN BEKAS (STUDI KASUS PADA ONLINE *SHOP* @SURABAYA_BRANDSECOND DI BENOVO SURABAYA BARAT)”**

adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 9 - 10 2023

Yang membuat pernyataan

(Awanda  za)

NPM : 19420087

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
ANALISIS MARKETING *MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PAKAIAN BEKAS
(STUDI KASUS PADA ONLINE *SHOP @SURABAYA_BRANDSECOND*
DI BENOWO SURABAYA BARAT)

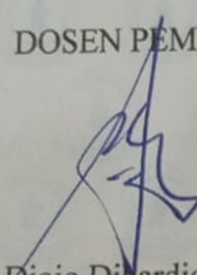
Diajukan oleh :

AWANDA BRILLIAN DANU REZA

NPM 19420087

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

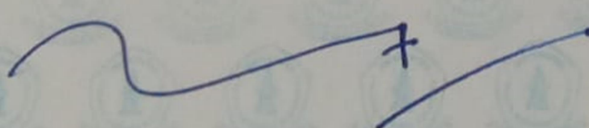
DOSEN PEMBIMBING


Djojo Dihadjo, SE.MM.MAk

NIK/NIP. 94244-ET

Tanggal,

KETUA PROGRAM STUDI


Dr Adrianto Trimarjono, SE, MM

NIK/NIP. 09420-ET

Tanggal, 4 Oktober 2023

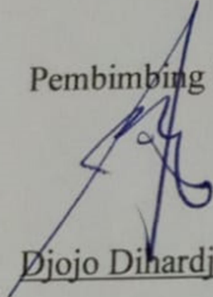
SKRIPSI
ANALISIS MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PAKAIAN BEKAS
(STUDI KASUS PADA ONLINE *SHOP* @SURABAYA_BRANDSECOND
DI BENOWO SURABAYA BARAT)

Dipersiapkan dan disusun oleh:
AWANDA BRILLIAN DANU REZA

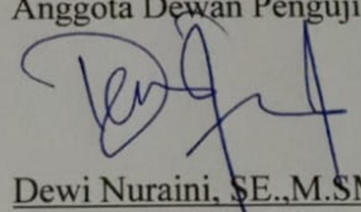
NPM 19420087

Susunan Dewan Penguji

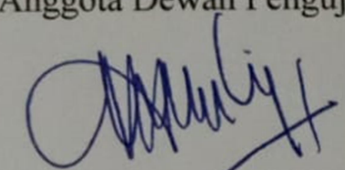
Pembimbing Utama


Djojo Dihadjo, SE.MM.MAk

Anggota Dewan Penguji Lain


Dewi Nuraini, SE.,M.SM

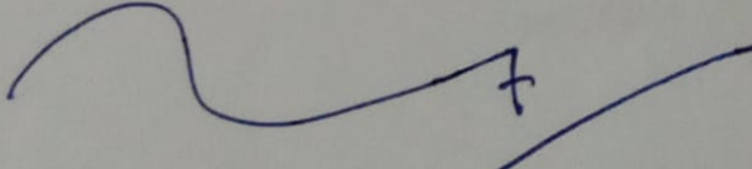
Anggota Dewan Penguji Lain


Wiwik Herawati, SE.MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal 4 Oktober 2023


Dr Adrianto Trimarjono, SE, MM

Ketua Program Studi Manajemen

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmatnya maka skripsi yang berjudul “ANALISIS MERKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN BEKAS

(STUDI KASUS PADA ONLINE *SHOP* @SURABAYA_BRANDSECOND DI BENOVO SURABAYA BARAT)

ini dapat penulis selesaikan dengan baik. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada S-1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, hal ini disebabkan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Dalam kesempatan ini, penulis menghaturkan banyak terima kasih kepada pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini. Terima kasih yang mendalam penulis persembahkan untuk :

1. Allah Subhanahu Wa Ta’ala, atas segala nikmat, kesehatan, kemudahan dan kelancaran, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr., Sp.T.H.T.K.L. (K) selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
3. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM, M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

4. Bapak Dr Adrianto Trimarjono, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
5. Bapak Djodo Diharjo, SE, MM, M.Ak. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu serta dengan sabar membimbing, memberikan arahan, bantuan serta saran bagi penulis selama skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
6. Bapak Dr Adrianto Trimarjono, SE, MM selaku Dosen Wali yang telah memberikan arahan dan bantuan bagi penulis selama kuliah serta memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu dan pengajaran selama studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
8. Orangtua tercinta Bapak Nurhadi dan Ibu Ririt Sri Udayanti yang telah menyayangi dan mencintai dengan tulus serta memberikan banyak dukungan dalam penyelesaian penulisan skripsi.
9. Rekan Damai Kami Sepanjang Hari (DKSH) Andre, Beckham, Ridho, Rizky, Yusuf, Galang, Reza, Arsen, Dadang, Bryan, Farel, Gilang, Rafly yang selalu memberi semangat serta memberi informasi selama 4 tahun masa perkuliahan.
10. Teman teman perumahan graha suryanata Rafi, Andhika, Bowo, Halim yang telah menemani belajar dan tempat keluh kesah saya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran dan kritik serta masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang pemasaran

Surabaya,

Penulis

Awanda Brilliant Danu Reza

DAFTAR ISI

COVER	1
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	2
HALAMAN PENGESAHAN	3
SKRIPSI.....	4
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Skripsi	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	12
2.2 Keputusan Pembelian	22
2.3 Hubungan Variabel.....	29
2.3.1 Hubungan antara Produk Terhadap Keputusan Pembelian	29
2.3.2 Hubungan antara Harga Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.3.3 Hubungan antara Tempat Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.3.4 Hubungan antara Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.4 Model Analisis	38
2.5 Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Pendekatan Penelitian.....	40
3.2 Populasi dan Sampel	40
3.2.1 Populasi Penelitian.....	40
3.2.2 Sampel Penelitian	40
3.3 Identifikasi Variabel	41

3.3.1 Variabel Independen (X)	41
3.3.2 Variabel Dependen (Y).....	42
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	42
3.4.1 Produk (X1).....	42
3.4.2 Harga (X2)	43
3.4.3 Tempat (X3).....	43
3.4.4 Promosi (X4).....	43
3.4.5 Keputusan Pembelian (Y)	44
3.5 Jenis dan Sumber Dat	44
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	45
3.7 Teknik Analisis.....	46
3.7.1 Statistik Deskriptif	46
3.7.2 Uji Kualitas Data	46
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	48
3.7.4 Uji Hipotesis	49
1. Uji Simultan (Uji f).....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	50
4.1.1 Profil Perusahaan	50
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	52
4.3 Analisis Deskripsi Tanggapan Responden.....	56
4.3.1 Analisis Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Produk	56
4.3.2 Analisis Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Harga .	57
4.3.3 Analisis Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Tempat	58
4.3.4 Analisis Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Promosi	59
4.3.5 Analisis Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian.....	59
4.4 Hasil Analisis Penelitian	60
4.4.1 Hasil Uji Validitas.....	60
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	61
4.4.3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	62
4.4.4 Hasil Uji Hipotesis	64
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	69
4.5.1 Pengaruh Produk terhadap Keputusan Pembelian	69

4.5.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	70
4.5.3 Pengaruh Tempat terhadap Keputusan Pembelian.....	70
4.5.4 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	71
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN	
.....	73
5.1 Simpulan	73
5.2 Saran.....	73
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Penjualan <i>Online</i> di Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Kategori Produk Yang Paling diminati Dalam Belanja <i>Online</i> Di Indonesia	3
Gambar 2. 1 Kerangka berpikir.....	38
Gambar 4.1 Logo Surabaya <i>Brand Second</i>	50
Gambar 4.2 Potret Surabaya Brand Second di Jatim Expo Surabaya	50
Gambar 4.3 Lapak Surabaya <i>Brand Second</i> di Instagram dan Shopee	51
Gambar 4.4 Kurva Distribusi Uji F	65
Gambar 4.5 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	66
Gambar 4.6 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	66
Gambar 4.7 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Tempat terhadap Keputusan Pembelian.....	67
Gambar 4.8 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 <i>Olshop</i> Instagram Yang Menjual Barang <i>Second Branded</i>	5
Tabel 1. 2 Penjualan Tahun 2020-2022 <i>Olshop @surabaya_brandsecond</i> ...	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 4.1 Kriteria Responden.....	52
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasar Jenis Kelamin	52
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasar Usia	53
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasar Pendidikan Terakhir	53
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasar Pekerjaan.....	54
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasar Status Pernikahan	55
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasar Pendapatan	55
Tabel 4.9 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Produk ...	56
Tabel 4.10 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Harga ...	57
Tabel 4.11 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Tempat. ...	58
Tabel 4.12 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Promosi ...	59
Tabel 4.13 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas.....	60
Tabel 4.15 Hasil Uji Relibilitas	61
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	62
Tabel 4.17 Hasil Uji F.....	64
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	65

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUISIONER	78
LAMPIRAN II DATA TABULASI.....	85
LAMPIRAN III UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	99
LAMPIRAN IV UJI ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA	111

ABSTRAK

1) Guna ketahu pengaruh penting karakteristik produk pada pilihan konsumen dalam beli pakaian bekas di toko online @surabaya_brandsecond 2) Guna ketahu pengaruh besar variabel harga pada pilihan membeli barang bekas di toko online @surabaya_brandsecond. 3) Guna ketahu pengaruh besar variabel lokasi pada pilihan pembelian barang bekas di toko online @surabaya_brandsecond. 4). Guna memastikan apa variabel promosi berdampak besar pada keputusan pelanggan membeli barang bekas di toko online @surabaya_brandsecond. Keputusan pembelian yakni item terikat dalam penelitian ini, sedangkan faktor bebasnya yakni produk, harga, lokasi, serta promosi. Dengan gunakan pendekatan *non-probability sampling* serta metodologi *purposive sampling*, tentukan sampelnya. Standar berikut ini berlaku untuk penelitian ini: 1) Responden harus berusia minimal 18 tahun, dan 2) Mereka harus merupakan pelanggan @surabaya_brandsecond yang berbasis di Surabaya. 3. membeli barang dari surabaya_brandsecond, surabaya barat benowo. Ada 85 responden dalam sampel. Metode yang diaplikasikan Analisis Regresi Linier Berganda yakni guna mengevaluasi hipotesis. Menurut temuan, “faktor-faktor seperti harga, lokasi, sertas promosi punya dampak besar pada keputusan pembelian. Hasil analisa tunjukkan produk punya dampak besar pada keputusan pembelian”.

Kata Kunci Produk, Harga, Tempat, Promosi

ABSTRACT

1) To ascertain the important impact of product characteristics on consumers' choices to buy used apparel from the online store @surabaya_brandsecond 2) To identify the pricing variable's major impact on the choice to buy used items from the online store @surabaya_brandsecond. 3) To ascertain the location variable's substantial impact on the choice to buy secondhand items from the online store @surabaya_brandsecond. 4). to ascertain if the promotion items has a substantial impact on customers' decisions to buy used items from the online store @surabaya_brandsecond. The purchasing decision is the dependent variable in this study, whereas the independent factors are the product, price, site, and promotion. Using a non-probability sampling approach and a purposive sampling methodology, determine the sample. These standards apply to this study: 1) Respondents must be at least 18 years old, and 2) They must be Surabaya-based @surabaya_brandsecond customers. 3. purchased items from surabaya_brandsecond, surabaya barat benowo. There are 85 responders in the samples. the method used to evaluate Multiple Linear Regression analysis is the hypothesis. "According to the findings, factors such as price, location, and promotion have a substantial impact on buying decisions. The results also indicated that the product has a major impact on buying decisions".

Keyword: Product , Price, Place, Promotion