

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH PADA
MAHASISWI JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Diajukan Oleh:

LILA DEWI WULANSARI
NPM : 12420252

**FAKULTAS EKONOMI BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2018**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : LILA DEWI WULANSARI
NPM : 12420252
Alamat : KUPANG GUNUNG BARAT IVB
Program Studi : MANAJEMEN
Fakultas : EKONOMI

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul

“PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH PADA MAHASISWI JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA”

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

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 17 Juli 2018

Yang membuat pernyataan



(LILA DEWI WULANSARI)

NPM : 12420252

SKRIPSI

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH PADA MAHASISW
JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

Diajukan oleh :

LILA DEWI WULANSARI
NPM : 12420252

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



GIYANA, SE, MM

Tanggal, 12-7-2018

KETUA PROGAM STUDI



Dr. SITI DJAMILAH, SE, M, Si

Tanggal, 12-7-2018

SKRIPSI

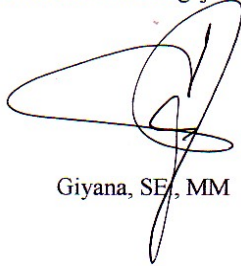
**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH PADA MAHASISWI
JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

Diajukan oleh :

LILA DEWI WULANSARI
NPM : 12420252

Susunan Dewan Penguji

Sekretaris Tim Penguji / Pembimbing



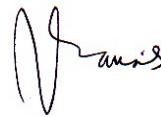
Giyana, SE., MM

Ketua Tim Penguji



Bambang Setyadarma, SE., M.Ak

Anggota Tim Penguji



Evianah, SE., M.Si

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal 14 Agustus 2018



Dr. SITI DJAMILAH, SE, M, Si

Ketua Progam Studi

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana (S1) di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Penulis menyadari bahwa dalam terselesaikannya penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, dan saran dari berbagai pihak. Maka dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dalam kesempatan ini kepada :

1. Bapak Prof. H. Sri Harmadji, Sp. THT-KL. selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs.Ec. Iman Karyadi, AK. MM. CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Drs. Siti Djamilah, SE, M. Si. selaku Ketua Progam Studi Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bapak Giyana, SE, MM. sebagai Dosen Pembimbing atas waktu, saran, bimbingan serta arahannya selama penulisan skripsi ini.
5. Bapak Lestari, SE, MM. selaku Dosen Wali atas bimbingan yang telah diberikan selama menempuh kuliah.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya untuk ilmu yang telah diberikan.

7. Kedua Orang Tua saya Bapak dan Ibu, kakak, adik-adik serta semua keluarga saya atas kasih sayang, doa, dan dukungannya selama ini.
8. Seluruh sahabat, teman-teman Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen khususnya kelas H atas semangat dan kebersamaanya selama kuliah.
9. Semua responden atas kesediannya meluangkan waktu membantu menjawab kuesioner dari penelitian ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
10. Dan kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan demi terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, penulis berharap masukan dan saran yang membangun demi perbaikan dan manfaat yang lebih baik di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 17 Juli 2018

Penulis,

Lila Dewi WulanSari

NPM : 12420252

DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| ABSTRACT | xiv |
| ABSTRAK | xv |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|----------------------------------|---|
| 1.1. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah..... | 2 |
| 1.3. Tujuan Penelitian..... | 3 |
| 1.4. Manfaat Penelitian..... | 4 |
| 1.5. Sistematika Skripsi..... | 4 |

BAB II PENDAHULUAN

| | |
|------------------------------------|---|
| 2.1. Landasan Teori..... | 7 |
| 2.1.1. Pemasaran..... | 7 |
| 2.1.1.1. Pengertian Pemasaran..... | 7 |
| 2.1.1.2. Konsep Pemasaran..... | 8 |

| | |
|--|----|
| 2.1.2. Perilaku Konsumen..... | 8 |
| 2.1.2.1. Pengertian Perilaku Konsumen..... | 8 |
| 2.1.2.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen.... | 9 |
| 2.1.3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) | 13 |
| 2.1.3.1. Pengertian Buran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) | 13 |
| 2.1.4. Komponen Bauran Pemasaran (<i>marketing mix</i>) | 14 |
| 2.1.4.1. <i>Product</i> (produk) | 14 |
| 2.1.4.1.1. Pengertian <i>Product</i> (produk)..... | 14 |
| 2.1.4.1.2. Atribut Produk | 15 |
| 2.1.4.1.3. Klasifikasi Produk | 16 |
| 2.1.4.2. <i>Price</i> (Harga)17 | |
| 2.1.4.2.1. Pengertian <i>Price</i> (Harga)..... | 17 |
| 2.1.4.2.2. Strategi Harga | 18 |
| 2.1.4.2.3. Peranan Harga | 18 |
| 2.1.4.3. <i>Place</i> (Distributor atau Tempat)..... | 19 |
| 2.1.4.3.1. Pengertian <i>place</i> (distributor atau tempat) | 19 |
| 2.1.4.3.2. Fungsi Saluran Distribusi..... | 20 |
| 2.1.4.3.3. Bentuk-Bentuk Saluran Distribusi | 21 |
| 2.1.4.4. <i>Promotion</i> (promosi)..... | 22 |
| 2.1.4.4.1. Pengertian <i>Promotion</i> (promosi) | 22 |
| 2.1.4.4.2. Tujuan Promosi..... | 23 |
| 2.1.4.4.3. Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>) | 24 |
| 2.1.5. Keputusan Pembelian | 25 |
| 2.1.5.1. Pengertian Keputusan Pembelian | 25 |
| 2.1.5.2. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen | 25 |
| 2.1.5.3. Tahapan Proses Keputusan Pembelian | 26 |
| 2.1.5.4. Model Konsumen Dalam Keputusan Pembelian | 28 |
| 2.1.6. Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Keputusan Pembelian | 29 |
| 2.2. Penelitian Sebelumnya | 29 |
| 2.3. Hipotesis dan Model Analisis | 30 |
| 2.3.1. Hipotesis | 30 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|--------------------------------------|----|
| 3.1. Pendekatan Penelitian | 32 |
| 3.2. Populasi dan Sampel | 32 |
| 3.2.1. Populasi | 32 |
| 3.2.2. Sampel | 32 |
| 3.3. Identifikasi Variabel | 33 |
| 3.4. Definisi Operasional | 34 |
| 3.5. Jenis dan Sumber Data | 36 |
| 3.6. Prosedur Pengumpulan Data | 36 |
| 3.7. Teknik Analisis | 36 |

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|----|
| 4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian..... | 43 |
| 4.1.1. Sejarah Singkat PT. Paragon Technology and Inovation | 43 |
| 4.2. Deskripsi Identitas Responden | 45 |
| 4.3. Deskripsi Variabel Penelitian | 46 |
| 4.4. Deskripsi Frekuensi Skor Indikator Variabel | 48 |
| 4.4.1. Deskripsi Mengenai Variabel <i>Product</i> (Produk) (X1) | 48 |
| 4.4.2. Deskripsi Mengenai Variabel <i>Price</i> (Harga) (X2) | 49 |
| 4.4.3. Deskripsi Mengenai Variabel <i>Place</i> (Distribusi Atau Tempat) (X ₃)..... | 50 |
| 4.4.4. Deskripsi Mengenai Variabel <i>Promotion</i> (<i>Promosi</i>) (X ₄) | 51 |
| 4.4.5. Deskripsi Mengenai Variabel Keputusan Pembelian (Y) | 52 |
| 4.5. Analisis Data | 52 |
| 4.5.1. Hasil Pengujian Validitas | 52 |
| 4.5.2. Hasil Pengujian Reliabilitas | 56 |
| 4.7. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda | 57 |
| 4.8. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Berganda (R ²) | 59 |
| 4.9. Hasil Pengujian Hipotesis | 60 |
| 4.9.1. Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)..... | 60 |
| 4.9.2. Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t) | 63 |

| | |
|---|----|
| 4.9.3. Hasil Pengujian Hipotesis 3..... | 68 |
| 4.10. Pembahasan..... | 68 |

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

| | |
|--------------------|----|
| 5.1. Simpulan..... | 71 |
| 5.2. Saran..... | 72 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|--|----|
| Tabel 4.1 | Karakteristik Jenis Kelamin Responden..... | 45 |
| Tabel 4.2 | Karakteristik Usia Responden..... | 46 |
| Tabel 4.3 | Kategori Mean Masing-masing Variabel..... | 47 |
| Tabel 4.4 | Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Product</i> (Produk) (X_1)..... | 48 |
| Tabel 4.5 | Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Price</i> (Harga) (X_2) | 49 |
| Tabel 4.6 | Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Place</i> (Distribusi atau Tempat) (X_3) | 50 |
| Tabel 4.7 | Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Promotion</i> (Promosi) (X_4) | 51 |
| Tabel 4.8 | Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian (Y) | 52 |
| Tabel 4.9 | Hasil Pengujian Validitas..... | 53 |
| Tabel 4.10 | Hasil Pengujian Reliabilitas..... | 54 |
| Tabel 4.11 | Koefisien Determinasi Berganda..... | 54 |
| Tabel 4.12 | Hasil Analisis Uji F..... | 55 |
| Tabel 4.13 | Hasil Analisis Uji t..... | 56 |
| Tabel 4.14 | Nilai <i>Standardized Coefficients Beta</i> | 57 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|------------|--|----|
| Gambar 2.1 | Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen..... | 9 |
| Gambar 2.2 | Tahap-tahap Keputusan Pembelian..... | 26 |
| Gambar 3.1 | Kurva Distribusi F..... | 39 |
| Gambar 3.2 | Kurva Distribusi T..... | 41 |
| Gambar 4.1 | Kurva Distribusi Uji F..... | 62 |
| Gambar 4.2 | Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Produk (Produk) (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) | 64 |
| Gambar 4.2 | Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Price (Harga) (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) | 65 |
| Gambar 4.2 | Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Place (Distribusi atau Tempat) (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) | 66 |
| Gambar 4.2 | Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Promotion (Promosi) (X4) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) | 67 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
Lampiran 2 : Input Olah Data SPSS
Lampiran 3 : Output Olah Data SPSS
Lampiran 4 : Tabel F, dan t