

**PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ROKOK GUDANG GARAM SURYA 12 DI
WILAYAH KECAMATAN BENOWO SURABAYA**

**(STUDI PADA KONSUMEN ROKOK SURYA 12 DI WILAYAH KECAMATAN
BENOWO SURABAYA)**

SKRIPSI

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



Diajukan Oleh :

RAMADANI APRILYAWAN
NPM : 11420342

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2018**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : RAMADANI APRILYAWAN
NPM : 11420342
Alamat : Tengger Kandangan VIII no. 21 Surabaya
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul

**“PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ROKOK GUDANG GARAM SURYA 12 DI WILAYAH
KECAMATAN BENOWO SURABAYA”**

**(STUDI PADA KONSUMEN ROKOK SURYA 12 DI WILAYAH
KECAMATAN BENOWO 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 yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 1 Januari 2018

Membuat Pernyataan



RAMADANI APRILYAWAN

SKRIPSI

**PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ROKOK GUDANG GARAM SURYA 12
DI WILAYAH KECAMATAN BENOWO SURABAYA**

(STUDI PADA KONSUMEN ROKOK SURYA 12 DI WILAYAH
KECAMATAN BENOWO SURABAYA)

Diajukan oleh:

RAMADANI APRILYAWAN

NPM : 11420342

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



DIJAH JULINDRASTUTI, SE., M.Ak

Tanggal, 29 - 11 - 2017

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. SITI DJAMILAH, SE., M.Si

Tanggal, 30-11-2017

Skripsi

**PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ROKOK GUDANG GARAM SURYA 12
DI WILAYAH KECAMATAN BENOWO SURABAYA**

**(STUDI PADA KONSUMEN ROKOK SURYA 12 DI WILAYAH KECAMATAN
BENOWO SURABAYA)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:
RAMADANI APRILYAWAN
NPM : 11420342

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Dijah Julindrastuti, SE., M.Ak

Anggota Dewan Penguji Lain



Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si.



Dwi Indah Mustikorini, SE, MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen

Tanggal 23 Januari 2018



Dr. SITI DJAMILAH, SE., M.Si
Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya, Tak lupa Sholawat serta salam saya ucapkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini, dengan melalui proses pembelajaran yang cukup lama serta banyak mengalami kendala, hambatan dan tentu saja pengalaman yang luar biasa dalam penulisan skripsi ini dengan judul "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Gudang Garam Surya 12 di Wilayah Kecamatan Benowo Surabaya". Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Jurusan Manajemen pada Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam penulisan ini penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan baik ditinjau dari segala aspek, karena memang manusia tidak ada yang sempurna, dan diantara kesempurnaan manusia adalah kelebihan dan keistimewaan manusia yang saling melengkapi antara individu yang satu dengan yang lain maka, penulis menerima kritik dan saran yang membangun guna menambah wawasan yang lebih lanjut.

Atas tersusunnya skripsi ini, penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. H. Sri Harmadji, dr. Sp. THT-LK(K) selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Drs. Ec. Iman Karyadi, Ak.,MM., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi serta dewan penguji.
4. Ibu Dajah Julindrastuti, SE., M.Ak Selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu dan membimbing saya sejak awal sampai dengan terselesaikannya skripsi ini.
5. Ibu Dwi Indah Mustikorini, SE, MM selaku dosen penguji yang telah menguji dan mengarahkan skripsi ini.

6. Ibu Ni Ketut Yulia Agustini M.M selaku dosen wali Akademik yang telah memberikan bimbingan kepada penulis sejak awal perkuliahan di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
7. Bapak dan Ibu Dosen semua beserta staff yang telah memberikan bekal selama saya menuntut ilmu di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
8. Ayahanda Samin (Almarhum) dan Ibunda Djumaiyah yang telah memberikan dorongan dan semangat selama saya studi.
9. Istri tercinta Nuraini yang selalu mendoakan saya serta merawat dan mendidik anak-anak.
10. Putra putri tercinta yang saya sayangi Rafa Azka Ramadhan dan Adeeva Zafarani Alesha.
11. Teman-teman jurusan Ekonomi Manajemen kelas H angkatan 2011 yang telah lulus dahulu yang selalu mengingatkan saya menyelesaikan skripsi. Teman Alumni teknik Unesa Tahun 2007 serta teman baik saya Dimas, Parlindungan Jefri, Lukman terimakasih banyak semuanya.

Pada akhirnya penulis mengharapkan agar skripsi ini bermanfaat bagi penelitian dan semua pihak yang berkepentingan.

Surabaya, 1 Januari 2018

Penulis

RAMADANI APRILYAWAN

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *marketing mix* yang meliputi: *product, price, promotion, place* secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian rokok gudang garam surya 12 di wilayah kecamatan Benowo Surabaya (Studi pada konsumen rokok surya 12 di wilayah kecamatan Benowo Surabaya). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *marketing mix* yang meliputi : *product, price, promotion, place*. Sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian rokok gudang garam surya 12 di wilayah kecamatan Benowo Surabaya (Studi pada konsumen rokok surya 12 di wilayah kecamatan Benowo Surabaya). Dalam penelitian ini, penentuan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling* dengan prosedur *purposive sampling* Sampel yang digunakan sebanyak 95 orang. Uji Hipotesa dengan melakukan analisa regresi linier berganda.

Sebelum dilakukan uji hipotesis dilakukan uji reliabilitas dan validitas. Hasilnya adalah semua variabel valid dan reliabel, hasil uji F menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan signifikansi 0,000. Dengan demikian hipotesis yang pertama menyatakan “marketing mix yang meliputi: *product, price, promotion, place* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rokok gudang garam surya 12 di wilayah kecamatan Benowo Surabaya (Studi pada konsumen rokok surya 12 di wilayah kecamatan Benowo Surabaya)” dapat didukung kebenarannya.

Hasil uji t menunjukkan masing -masing variabel dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hipotesis yang kedua yang menyatakan “marketing mix yang meliputi: *product, price, promotion, place* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rokok gudang garam surya 12 di wilayah kecamatan Benowo Surabaya (Studi pada konsumen rokok surya 12 di wilayah kecamatan Benowo Surabaya)” dapat didukung kebenarannya.

Kata Kunci : *product, price, promotion, place, marketing mix*, keputusan pembelian.

ABSTRACTION

The purpose of this study is to examine the effect of marketing mix which include: product, price, promotion, place simultaneously and partially decision to purchase cigarettes gudang garam surya 12 in the districts Benowo Surabaya (study on cigarette consumers surya 12 in the districts Benowo Surabaya). The independent variables in this study is the marketing mix which include: product, price, promotion, place. While the dependent variable is decision to purchase cigarettes gudang garam surya 12 in the districts Benowo Surabaya (study on cigarette consumers surya 12 in the districts Benowo Surabaya). In this study, sampling was conducted by non probability sampling with purposive sampling procedure. Samples used as many as 95 people. Test the hypothesis by performing multiple linear regression analysis.

Before the hypothesis test to test the reliability and validity. The result is all the variables valid and reliable, the test results showed $F_{hitung} > F_{tabel}$ with signification 0,000. Thus the first hypothesis stated “marketing mix which include: product, price, promotion, place simultaneously significant effect decision to purchase cigarettes gudang garam surya 12 in the districts Benowo Surabaya (study on cigarette consumers surya 12 in the districts Benowo Surabaya)” can be supported truth.

T test results showed each variable with a significance of less than 0.05. Thus the second hypothesis which states “marketing mix which include: product, price, promotion, place partially significant decision to purchase cigarettes gudang garam surya 12 in the districts Benowo Surabaya (study on cigarette consumers surya 12 in the districts Benowo Surabaya)” can be support truth.

Keyword: product, price, promotion, place, marketing mix, buying decision.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
ABSTRAK.....	x
<i>ABSTRACTION</i>	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Skripsi.....	7

BAB II TELAAH PUSTAKA

2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1. Pengertian Pemasaran	9
2.1.2. Konsep Pemasaran	10
2.1.3. Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.4. Perilaku Konsumen	12
2.1.5. Bauran Pemasaran.....	12
2.1.6. Komponen Bauran Pemasaran	13
2.1.7. <i>Price</i> (Harga).....	17
2.1.8 Metode Penetapan Harga	20
2.1.9 <i>Promotion</i> (Promosi).....	21
2.1.10. Bauran Promosi	24

2.1.11. <i>Place</i> (Tempat).....	26
2.1.12. Keputusan Pembelian.....	27
2.1.13. Hubungan marketing mix dan keputusan pembelian.....	33
2.2. Penelitian Sebelumnya.....	33
2.3. Hipotesa.....	35

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian.....	37
3.2. Populasi dan Sampel.....	37
3.2.1. Populasi.....	37
3.2.2. Sampel.....	37
3.3. Identifikasi Variabel.....	39
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	39
3.5. Jenis dan Sumber Data.....	42
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.7. Teknik Analisa.....	43
3.7.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	43
3.7.2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
3.7.3. koefisien determinasi berganda.....	44
3.7.4. Pengujian Hipotesis.....	45

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	50
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian.....	52
4.2.1. Deskripsi Identitas Responden.....	52
4.3. Deskripsi Mengenai Variabel Penelitian.....	53
4.3.1. Penilaian Atas Masing-masing Variabel.....	53
4.3.2. Deskripsi Mengenai Variabel <i>Product</i> (Produk), (X1).....	54
4.3.3. Deskripsi Mengenai Variabel <i>Price</i> (Harga), (X2).....	54
4.3.4. Deskripsi Mengenai Variabel <i>Promotion</i> (Promosi), (X3).....	56
4.3.5. Deskripsi Mengenai Variabel <i>Place</i> (Tempat), (X4).....	56

4.3.6. Deskripsi Mengenai Variabel Keputusan Pembelian, (Y)	57
4.4. Analisis Data	58
4.4.1. Hasil Pengujian Validitas	58
4.4.2. Hasil Pengujian Reliabilitas	61
4.5. Uji Model	62
4.5.1. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	62
4.5.2. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Berganda	64
4.6. Hasil Pengujian Hipotesis	65
4.6.1. Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)	65
4.6.2. Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t)	66
4.6.3. Hasil Pengujian Hipotesa 3	70
4.7. Pembahasan	70

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan	73
5.2. Saran	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

4.1. Karakter Jenis Kelamin Responden	53
4.2. Karakter Usia Responden.....	53
4.3. Kategori Mean Masing-masing Variabel.....	55
4.4. Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Product</i> (Produk) (X1).....	55
4.5. Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Price</i> (Harga) (X2).....	56
4.6. Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Promotion</i> (Promosi) (X3).....	56
4.7. Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Place</i> (Tempat) (X4).....	57
4.11. Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y).....	58
4.12. Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Product</i> (produk) (X1)	59
4.13. Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Price</i> (Harga) (X2)	60
4.14. Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Promotion</i> (Promosi) (X3)	60
4.15. Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Place</i> (Tempat) (X4).....	60
4.19. Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	61
4.20. Hasil Pengujian Reabilitas	62
4.22. Hasil Analisis Uji F.....	65
4.23. Hasil Analisis Uji t.....	67
4.6. Nilai <i>Standardized Coefficients Beta</i>	70

DAFTAR GAMBAR

2.1. Tahap-tahap Keputusan Pembelian.....	30
2.2. Kerangka Berpikir.....	36
3.1. Kurva Distribusi F.....	48
3.2. Kurva Distribusi t.....	49
4.1. Kurva Distribusi Uji F.....	66
4.2. Kurva Distribusi uji t pengaruh produk terhadap keputusan pembelian	67
4.3. Kurva Distribusi uji t pengaruh harga terhadap keputusan pembelian	68
4.4. Kurva Distribusi uji t pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian.....	69
4.5. Kurva Distribusi uji t pengaruh tempat terhadap keputusan pembelian	69

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I. Input Data SPSS
LAMPIRAN II Output Data SPSS.....
LAMPIRAN III. Kuisisioner
LAMPIRAN IV Blangko Revisi.....
LAMPIRAN V Berita Acara Ujian Skripsi