

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP PERILAKU
KONSUMEN DALAM BERBELANJA DI TOKO KOPERASI
PEGAWAI REPUBLIK INDONESIA (KPRI) SEJAHTERA
BANGOREJO BANYUWANGI**

*EFFECT OF MARKETING MIX OF CONSUMER BEHAVIOR IN
SHOPPING IN STORE EMPLOYEES COOPERATIVE REPUBLIC OF
INDONESIA (KPRI) SEJAHTERA BANGOREJO BANYUWANGI*

SKRIPSI

Oleh:

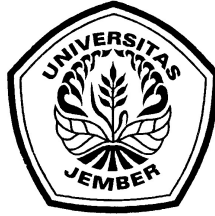
LENY MELINDASARI

NIM.110810201316

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS EKONOMI

2013



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP PERILAKU
KONSUMEN DALAM BERBELANJA DI TOKO KOPERASI
PEGAWAI REPUBLIK INDONESIA (KPRI) SEJAHTERA
BANGOREJO BANYUWANGI**

*EFFECT OF MARKETING MIX OF CONSUMER BEHAVIOR IN
SHOPPING IN STORE EMPLOYEES COOPERATIVE REPUBLIC OF
INDONESIA (KPRI) SEJAHTERA BANGOREJO BANYUWANGI*

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Oleh:

LENY MELINDASARI

NIM.110810201316

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS EKONOMI

2013

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER - FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama Mahasiswa : Leny Melindasari
NIM : 110810201316
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku
Konsumen Dalam Berbelanja Di Toko Koperasi Pegawai
Republik Indonesia (KPRI) Sejahtera Bangorejo
Banyuwangi

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 26 Desember 2013

Yang menyatakan,

Leny Melindasari
NIM : 110810201316

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku
Konsumen Dalam Berbelanja Di Toko Koperasi Pegawai
Republik Indonesia (KPRI) Sejahtera Bangorejo
Banyuwangi

Nama Mahasiswa : Leny Melindasari

NIM : 110810201316

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui Tanggal : 26 Desember 2013

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM

NIP. 19600413198602 1 002

Drs. Adi Prasodjo, MP

NIP. 19550516 198703 1 001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Handriyono, M.Si

NIP. 19620802 199002 1 001

JUDUL SKRIPSI

**Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Konsumen Dalam
Berbelanja Di Toko Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KPRI)
Sejahtera Bangorejo Banyuwangi**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh ;

Nama : Leny Melindasari

NIM : 110810201316

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan didepan panitia penguji pada tanggal ;

16 Januari 2014

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua : Dr. Handriyono, M.Si (.....)

NIP. 19620802 199002 1 001

Sekretaris : Drs. Adi Prasodjo, MP (.....)

NIP. 19550516 198703 1 001

Anggota : Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MS (.....)

NIP. 19600413198602 1 002

Mengetahui;

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Jember



Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si.

NIP. 19630614 199002 1001

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua Orang Tuaku, Bapak Suparno, S.Pd dan Ibu Siti Mutmainah tercinta dan tersayang, yang selalu dengan tulus menyayangiku, membesarkanku, mendidikku, dan memberikan semangat untukku serta selalu mendoakan yang terbaik untukku.
2. Saudara-saudaraku Sinta Dewi Mega dan Aria Jati Tri Nugraha yang tercinta dan tersayang yang selalu menghibur dan memberikan semangat luar biasa untukku.
3. Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang kubanggakan.

MOTTO

Kehidupan ini ibarat jalan satu arah, seberapa banyak pun perubahan rute yang anda tempuh, tidak satupun akan membawa anda kembali. Begitu anda mengetahui dan menerima hal itu, kehidupan akan tampak menjadi jauh lebih sederhana. (Issabel Moore)

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Hanya kepada tuhanlah hendaklah kamu berharap. (QS. Al Insyiroh 94: 6-8)

Jadikan sabar dan shalat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar. (Khalil Qibran)

RINGKASAN

Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja Di Toko Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KPRI) Sejahtera Bangorejo Banyuwangi; Leny Melindasari; 110810201316; 2013; 83 Halaman; Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap perilaku konsumen dalam berbelanja di toko KPRI Sejahtera. Penelitian ini menggunakan variabel bebas yang meliputi produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, dan bukti fisik yang merupakan bauran pemasaran dan variabel terikatnya yaitu perilaku konsumen dalam berbelanja. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang berbelanja di toko KPRI Sejahtera dalam periode semester dua tahun 2013. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas dan regresi logistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, dan bukti fisik secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen dalam berbelanja di toko KPRI Sejahtera. Variabel harga, promosi, dan bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen dalam berbelanja di toko KPRI Sejahtera, sedangkan variabel produk, lokasi, orang dan proses tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen dalam berbelanja di toko KPRI Sejahtera.

SUMMARY

Effect of Marketing Mix Of Consumer Behavior In Shopping In Store Employees Cooperative Republic of Indonesia (KPRI) Sejahtera Bangorejo Banyuwangi; Leny Melindasari; 110810201316; 2013; 83 Pages; Department of Management, Faculty of Economics, University of Jember.

This study aims to identify and analyze the marketing mix to influence consumer behavior in shopping in a store KPRI Sejahtera. This study used independent variables that include product, price, location, promotion, people, process, and physical evidence that a mix of marketing and consumer behavior is the dependent variable in the shop . The population in this study are all consumers who shop in the store KPRI Sejahtera in semester two of 2013. The number of samples in this study of 100 respondents. Data analysis methods used are validity, reliability test and logistic regression. The results showed that the marketing mix variables consisting of product, price, location, promotion, people, process, and physical evidence jointly significant effect on consumer behavior in shopping in a store KPRI Sejahtera. Variable pricing, promotion, and physical evidence of a significant effect on consumer behavior in the shop at KPRI Sejahtera, while the variable product, location, people and processes does not significantly influence consumer behavior in shopping in a store KPRI Sejahtera.

PRAKATA

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas segala rahmat, hidayah dan karuniaNya yang telah diberikan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja Di Toko Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KPRI) Sejahtera Bangorejo Banyuwangi”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program studi Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan ini masih sangat banyak kekurangan yang disebabkan karena keterbatasan daripada kemampuan penulis, tetapi berkat pertolongan Allah SWT serta dorongan semangat dari semua pihak, akhirnya penulisan Skripsi ini mampu terselesaikan. Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Bapak Dr. Handriyono, M.Si selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM selaku dosen pembimbing I yang dengan ikhlas meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, dan pengarahan dengan penuh kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Adi Prasodjo, MP selaku dosen pembimbing II yang dengan ikhlas meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, kritik, motivasi, dan arahnya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan ilmu kepada saya sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan studi ini.

6. Kedua orang tuaku tercinta, Ibuku Siti Mutmainah dan Ayahku Suparno, S.Pd, yang telah mencurahkan seluruh restu dan doa serta motivasi yang tak terhingga selama penulis hidup.
7. Adik-adikku Sinta Dewi Mega dan Aria Jati Tri Nugraha, terima kasih atas doa, dukungan dan kasih sayangnya selama ini.
8. Saiful Hadi, ST terima kasih atas kasih sayang, dukungan, bantuan, nasehat, semangat dan pengalaman hidup yang diberikan selama ini untukku.
9. Teman-teman Jurusan Manajemen angkatan 2011 yang terlalu banyak untuk disebutkan, teman-teman kosku di Jawa 2 No.10 yang dengan tulus ikhlas membantu, mendoakan keberhasilan bagi saya dan memberikan dorongan semangat. Terima kasih Skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat, petunjuk, dan bimbingan-Nya kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis sadar akan keterbatasan dan kurang sempurnanya penulisan Skripsi ini, oleh karena itu segala saran dan kritik yang bersifat membangun akan sangat penulis harapkan. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi almamater tercinta, serta bagi setiap pembaca pada umumnya, Amin.

Jember, 26 Desember 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
RANGKUMAN	viii
SUMMARY	ix
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pemasaran Jasa Ritel	8
2.1.2 Bauran Pemasaran Ritel	10
2.1.3 Perilaku Konsumen	14
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Konseptual	19
2.4 Hipotesis	20

BAB III. METODE PENELITIAN	22
3.1 Rancangan Penelitian	22
3.2 Populasi dan Sampel	22
3.3 Sumber Data	23
3.4 Teknik Pengumpulan Data	23
3.5 Identifikasi Variabel	23
3.6 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	24
3.6.1 Definisi Operasional Variabel.....	24
3.6.2 Skala Pengukuran	26
3.7 Uji Instrumen	27
3.7.1 Uji Validitas	27
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	28
3.8 Metode Analisis Data	29
3.8.1 Analisis Regresi Logistik	29
3.8.2 Uji Serentak	30
3.8.3 Uji Parsial	30
3.9 Kerangka Pemecahan Masalah	32
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Hasil Penelitian	34
4.2 Pembahasan	53
4.3 Keterbatasan Penelitian	61
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 4.1 Data Penjualan	39
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi	40
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi	42
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.8 Hasil Regresi Logistik	49
Tabel 4.9 <i>Hosmer and Lemeshow Test</i>	52
Tabel 4.10 <i>Overall Fit Model</i>	52

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen	15
Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian.....	16
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual	20
Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	32
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	37

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	66
Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Responden	70
Lampiran 3 Distribusi Frekuensi	74
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas.....	79
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	82
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Logistik	85
Lampiran 7 Tabel Distribusi Chi-Square (X^2).....	89