



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN YANG MEMBEDAKAN  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *HANDPHONE* MEREK NOKIA DAN  
SAMSUNG DI KECAMATAN SUMBERSARI  
KABUPATEN JEMBER**

**SKRIPSI**

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

Oleh :

**DHITO MAGHFIR D.**  
**NIM : 070810201190**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2011**

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dhito Maghfir D

NIM : 070810201190

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : PENGARUH BAURAN PEMASARAN YANG  
MEMBEDAKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *HANDPHONE*  
MEREK NOKIA DAN SAMSUNG DI KECAMATAN SUMBERSARI  
KABUPATEN JEMBER

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul : Pengaruh Bauran Pemasaran Yang Membedakan Keputusan Pembelian Produk *Handphone* Merek Nokia dan Samsung di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember adalah benar-benar karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan, saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

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

Jember, 24 Oktober 2011  
Yang Menyatakan,

Dhito Maghfir D.  
070810201190

## JUDUL SKRIPSI

PENGARUH BAURAN PEMASARAN YANG MEMBEDAKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *HANDPHONE* MEREK NOKIA DAN SAMSUNG DI KECAMATAN SUMBERSARI KABUPATEN JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Dhito Maghfir D  
Nim : 070810201190  
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :

**25 Oktober 2011**

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Faskultas Ekonomi Universitas Jember.

### **Susunan Panitia Penguji**

Ketua : Drs. Adi Prasodjo, MP : .....  
NIP. 19550516 1987 1 001  
Sekretaris : Drs. Ketut Indraningrat, M.Si : .....  
NIP. 19610710 198902 1 002  
Anggota : Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM : .....  
NIP. 19600413 198603 1 002

Mengetahui/Menyetujui  
Universitas Jember  
Dekan,

Prof.Dr.Mohammad Saleh.M.Sc  
NIP. 19560831 198403 1 002

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran Yang Membedakan Keputusan Pembelian Produk *Handphone* Merek Nokia dan Samsung di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember

Nama : Dhito Maghfir D.

NIM : 070810201190

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasarn

Disetujui Tanggal :

Pembimbing I

Pembimbing II

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

NIP. 19600413 198603 1 002

**Drs. Ketut Indraningrat, M.Si**

NIP. 19610710 198902 1 002

Ketua Jurusan

**Prof. Dr. Hj. Istifadah, M.Si**

NIP. 19661020 199002 2 001

## MOTTO

*Jadikan ibadahmu sebagai tiket menuju surge  
Jadikan ilmu dan ikhtiarmu sebagai tiket menuju masa depan cerah  
Dan jadikan dirimu  
Bagai bunga mawar indah berdurinya yang hanya bisa dilihat indahnya  
Dan tidak dapat dijamah karena durinya*

*“ Jika kamu berbuat baik, hakekatnya kamu berbuat baik untuk dirimu sendiri,  
Sebaliknya jika kamu berbuat jelek maka kehancuran  
akan menimpa diri sendiri “  
( QS. Al-Isra : 7 )*

*Doa adalah nyanyian hati yang selalu dapat membuka jalan terbang kepada  
singgausaha tuhan meskipun terhimpit dalam seribu jiwa  
(Khalil Gibran)*

*For things will work out  
If you trust and believe  
there no limit...to what you can do  
(Emily Matthew)*

## PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT yang selalu melimpahkan berjuta hidayahnya dan anugerahnya

*Thanks god for keeping me walk under you shelter of love and almighty*

2. Nabi besar Muhammad SAW yang selalu jadi contoh dan panutanku selama ini

3. Kedua orang tua dan adikku yang telah mendidik dan menjadikanku manusia yang lebih baik

4. Keluarga besarku yang telah memberikan semangat dan dukungannya terutama nenekku tercinta ibu *Murtilakmi*

5. Sahabat dan teman-temanku yang selalu berada disampingku saat duka maupun suka

*Dodik Candra Irawan, Nafisah Safiria, Ekki Kadarusman, Muwarik Riski K, Dina Margrit A, Deni Prasetyo, teman-teman seperjuanganku manajemen reguler angkatan 2007, BEM FE Unej periode 2010-2011 dan teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu*

6. Para pahlawan tanpa tanda jasa yang telah mendidikku...

*Yth. Bapak Ibu Guru Sdn Jember Lor 2 Jember (1995-2001)*

*Yth. Bapak Ibu Guru Smp Negeri 2 Jember (2001-2004)*

*Yth. Bapak Ibu Guru Sma Negeri 2 Jember (2004-2007)*

*Yth. Bapak Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember (2007-2011)*

7. Almamaterku Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Pengaruh Bauran Pemasaran Yang Membedakan Keputusan Pembelian Produk *Handphone* Merek Nokia dan Samsung di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember

*Distinguishing the Effect of Marketing Mix Decisions Product Purchase Nokia and Samsung Mobile Brand in Kecamatan Sumbersari Jember*

Dhito Maghfir D.

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember

#### ABSTRAKSI

Bauran Pemasaran merupakan strategi mencampur kegiatan-kegiatan *marketing*, agar dicari kombinasi maksimal sehingga dapat mendatangkan hasil yang paling memuaskan, terdapat empat komponen yang mencakup dalam kegiatan bauran pemasaran yaitu meliputi produk, harga, distribusi dan promosi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel-variabel yang membedakan dalam pembelian produk *handphone* merek Nokia dan Samsung Kecamatan Sumbersari dan untuk mengetahui variabel dominan membedakan dalam keputusan pembelian untuk pembelian produk *handphone* merek Nokia dan Samsung di Kecamatan Sumbersari. Data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data berdasarkan rangkaian waktu (*time series*). Penelitian ini merupakan metode penelitian *survey*, Penelitian ini penelitian ini dikategorikan sebagai *explanatory research*, yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel dalam penelitian. Alat analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis diskriminan. Hasil studi menunjukkan bahwa variabel yang secara signifikan membedakan dalam pembelian produk *handphone* merek Nokia atau Samsung di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember adalah produk, harga, promosi dan saluran distribusi, variabel produk merupakan variabel yang dominan untuk membedakan keputusan konsumen dalam membeli produk *handphone* merek Nokia atau Samsung di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember.

*Kata kunci : produk, harga, distribusi, promosi*

## **KATA PENGANTAR**

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia Nya sampai Skripsi dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Yang Membedakan Keputusan Pembelian Handphone Merek Nokia dan Samsung di Kecamatan Summersari Kabupaten Jember”.

Adapun penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Reguler Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember. Proses penulisan skripsi ini melibatkan berbagai pihak sehingga pelaksanaannya dapat berjalan dengan lancar. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penyusun mengucapkan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya pada berbagai pihak yang telah membantu baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan laporan ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penyusun sampaikan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Dr. Hj. Istifadah, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen.
3. Bapak Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberi bimbingan dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak Drs. Ketut Indranigrat, Msi selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberi bimbingan dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak/Ibu dosen Jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu sampai saat ini.
6. Kedua orang tuaku tercinta, Ayahanda Bahrudin Yulianto, S.sos dan Ibunda Mamik Isnaniah, SE, MM , sang pemberi bintang terang yang memberi arah dan kehangatan dalam keluarga serta merawat dan mendidik dengan tulus ikhlas.
7. Nenekku tersayang ibu Murti Lukmi yang telah memberikan semangat dan dukungan. Semoga diberikan umur yang panjang dan sehat selalu.



8. Para sahabatku Dodik Candra I, Eki Kadarusman, Muwarik Riski K, Deni Prasetyo. Cepatlah lulus kawan. Kita bekerja bersama-sama kelak.
9. Mas Bowo yang telah banyak membantu pembuatan skripsi ini. Semoga sukses.
10. Semua teman-teman khususnya Manajemen 2007 dan yang lainnya.
11. Almamaterku yang telah memberikan hal-hal baru dalam hidupku.
12. Dan semua pihak yang telah membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Akhirnya penyusun menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan terbatas mengingat pengetahuan dan kemampuan kami yang terbatas maka dengan rendah hati kami mengharap kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak dan berharap dapat berguna bagi pembaca dan demi kepentingan dan kemajuan kita bersama.

Jember, Oktober 2011

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1 Landasan Penelitian Terdahulu .....	6
2.2 Landasan Teori.....	7
2.2.1 Pengertian Pemasaran .....	7
2.2.2 Konsep Pemasaran .....	8
2.2.3 Model Perilaku Konsumen .....	9
2.2.4 Pengertian Perilaku Konsumen.....	10
2.2.5 Bauran Pemasaran.....	11
2.2.6 Pengambilan Keputusan Dalam Pembelian .....	18
2.2.7 Motif- Motif Konsumen Dalam Melakukan Pembelian ....	22
2.3 Kerangka Konseptual .....	23

2.3 Hipotesis.....	24
<b>BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>26</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	26
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	26
3.3 Populasi dan Sampel .....	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.5 Identifikasi Variabel.....	28
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	28
3.7 Pengukuran dan Penskalaan.....	30
3.8 Uji Instrumen .....	30
3.9 Teknik Analisis Data.....	32
3.10 Kerangka Pemecahan Masalah .....	34
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	36
4.1.1 Gambaran Karakteristik Reponden.....	36
4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	40
4.1.3 Hasil Uji Instrumen.....	47
4.2 Pembahasan.....	55
4.2.2 Variabel-Variabel Yang Dipertimbangkan Dalam Pembelian Produk Handphone.....	55
4.2.2 Variabel Dominan Membedakan Dalam Keputusan Pembelian.....	56
<b>BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>58</b>
5.1 Simpulan .....	58
5.2 Saran.....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>62</b>

## DAFTAR GAMBAR

### Halaman

Gambar 2.1 : Model Perilaku Konsumen Menurut Kotler dan Keller .....	9
Gambar 2.2 : Model Keputusan Pembelian .....	20
Gambar 2.3 : Kerangka Konseptual .....	24
Gambar 3.1 : Kerangka Pemecahan Masalah .....	34

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang.....	7
Tabel 3.1 : Komposisi Jumlah Penduduk Usia 20 Tahun Keatas Menurut Wilayah Kelurahan di Kecamatan Sumber Sari .....	27
Tabel 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	37
Tabel 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	38
Tabel 4.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel 4.5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	39
Tabel 4.6 : Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Memegang Handphone	40
Tabel 4.7 : Deskripsi Jawaban Responden Variabel Produk.....	41
Tabel 4.8: Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga.....	42
Tabel 4.9: Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi .....	44
Tabel 4.10: Deskripsi Jawaban Responden Variabel Saluran Distribusi .....	45
Tabel 4.11: Uji Validitas Variabel Produk .....	47
Tabel 4.12: Uji Validitas Variabel Harga .....	48
Tabel 4.13: Uji Validitas Variabel Promosi .....	48
Tabel 4.14: Uji Validitas Variabel Saluran Distribusi.....	48
Tabel 4.15: Hasil Uji Reliabilitas .....	49
Tabel 4.16: Nilai Rata-Rata Masing-Masing Kelompok.....	50
Tabel 4.17: Hasil Klasifikasi Persamaan Diskriminan .....	54
Tabel 4.18: <i>Structure Matrix</i> .....	55

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1: Kuesioner

Lampiran 2: Data Hasil Penelitian

Lampiran 3: Hasil Uji Validitas

Lampiran 4: Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 5: Hasil Analisis Diskriminan