



**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ULANG KONSUMEN PADA TOKO SWALAYAN GOLDEN
MARKET DI JEMBER**

SKRIPSI

Oleh :
Anang Subagiyo
NIM 080810201019

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2012**



**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ULANG KONSUMEN PADA TOKO SWALAYAN GOLDEN
MARKET DI JEMBER**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :
Anang Subagiyo
NIM 080810201019

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2012**

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : **ANANG SUBAGIYO**
NIM : **080810201019**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Konsentrasi : **PEMASARAN**
Judul Skripsi : **PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG KONSUMEN
PADA TOKO SWALAYAN GOLDEN MARKET DI
JEMBER**

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata dikemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan maka saya bersedia bertanggung jawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

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

Jember, 8 Oktober 2012

Yang menyatakan,

Anang Subagiyo
NIM 080810201019

LEMBAR PERSETUJUAN

JUDUL : PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG KONSUMEN
PADA TOKO SWALAYAN GOLDEN MARKET DI
JEMBER

NAMA : ANANG SUBAGIYO

NIM : 080810201019

JURUSAN : MANAJEMEN

KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Adi Prasodjo, MP
NIP. 19550516 198703 1 001

Gusti Ayu Wulandari, SE, MM
NIP. 19830912 200812 2 001

Mengetahui,
Ketua Jurusan

Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, SE, M.Si
NIP. 19661020 199002 2 001

**PENGESAHAN
JUDUL SKRIPSI**

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ULANG KONSUMEN PADA TOKO SWALAYAN GOLDEN
MARKET DI JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Anang Subagiyo
NIM : 080810201019
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

8 Oktober 2012

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

Susunan Panitia Penguji

1. Ketua : Drs. Hadi Wahyono, MM. (.....)
NIP. 19540109 198203 1 003
2. Sekretaris : Gusti Ayu Wulandari, SE, MM (.....)
NIP. 19830912 200812 2 001
3. Anggota : Drs. Adi Prasodjo, MP (.....)
NIP. 19550516 198703 1 001



Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc
NIP. 19560831 198403 1 002

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati, kupersembahkan skripsi ini sebagai bentuk tanggung jawab, bakti, dan ungkapan terima kasihku kepada:

1. Allah SWT, sebagai perwujudan ucapan puji dan syukur atas segala ilmu yang diberikan.
2. Kedua Orang tuaku tercinta, Ayahanda Suyanto dan Ibunda Poniah yang sangat berjasa dalam perjalanan hidupku. Terimakasih atas semua butiran keringat, cucuran air mata harapan, dan senantiasa setia membimbingku untuk menjadi manusia yang pantang menyerah dan tidak pernah berhenti untuk selalu berusaha.
3. Para pengajarku dari taman kanak-kanan sampai perguruan tinggi
4. Keluarga besar MAHAPENA, terimakasih atas semua ilmu yang telah diberikannya sehingga menjadikanku manusia seperti pada saat ini.
5. Semua orang yang telah kukenal, yang turut mewarnai hidupku.
6. Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

MOTTO

**Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.
Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah
dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain.**

Dan hanya kepada Tuhan-mulah hendaknya kamu berharap”

(Q.S Alam Nasyrh : 6-8)

**“Tak ada satupun di dunia ini yang tidak mungkin bila disertai keyakinan,
sebagian akan menjadi mungkin terjadi
jika berfikir mungkin.**

Berdo’alah dan percaya.

**Kemajuan diperoleh bukan dari keberhasilan,
Melainkan dari kegagalan demi kegagalan.”**

(Santoso)

**Jenius adalah 1% inspirasi dan 99% keringat. Tidak ada yang dapat
menggantikan kerja keras. Keberuntungan adalah sesuatu yang terjadi
ketika kesempatan bertemu dengan kesiapan”.**

(Thomas A. Edison)

*Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen
Pada Toko Swalayan Golden Market Di Jember*

Anang Subagiyo

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bauran promosi yang meliputi variabel periklanan, variabel promosi penjualan, dan variabel penjualan personal terhadap keputusan pembelian ulang konsumen pada toko swalayan Golden Market di Jember. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen toko swalayan Golden Market di Jember periode bulan Juli sampai dengan bulan Agustus tahun 2012. Penelitian ini menggunakan metode survai, dan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung dari jawaban atas kuesioner yang diisi oleh responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi logistik dengan menggunakan bantuan SPSS for windows. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel promosi penjualan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian ulang konsumen pada toko swalayan Golden Market di Jember. Sedangkan variabel periklanan dan penjualan prsonal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang konsumen pada toko swalayan Golden Market di Jember.

Kata kunci: Toko swalayan, Bauran promosi, keputusan pembelian ulang, analisis regresi logistik

The Effect of The Promotion Mix on Consumer Purchase Decisions Over The Golden Market Supermarket In Jember

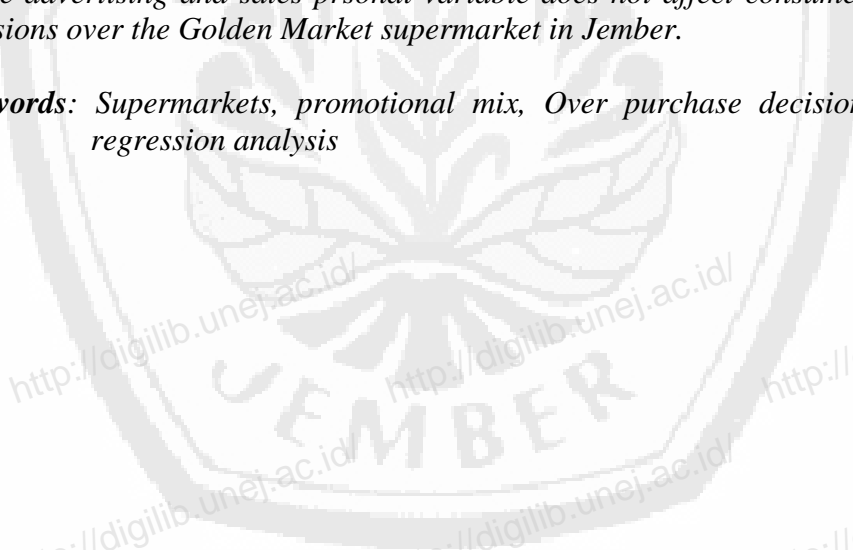
Anang Subagiyo

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember

ABSTRACT

This study aimed to determine the effect of the promotion mix variables that include variables advertising, sales promotion variables, and the sale of personal variables on consumer purchase decisions over the Golden Market supermarket in Jember. Respondents in this study are supermarkets consumers Golden Market in Jember period July to August 2012. This study used survey methods and data used in this study is primary data collected directly from the answers to questionnaires filled out by respondents. Analysis of the data used in this study is a logistic regression analysis using SPSS for windows. The results of this study it can be concluded that the proven sales promotion variables significantly influence consumer purchase decisions over the Golden Market supermarket in Jember. While advertising and sales prsonal variable does not affect consumer purchase decisions over the Golden Market supermarket in Jember.

Keywords: *Supermarkets, promotional mix, Over purchase decisions, logistic regression analysis*



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan berkah, rahmat dan hidayah-Nya, serta memberikan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Pada Toko Swalayan Golden Market Di Jember”.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan semua pihak, baik itu berupa dorongan, nasehat, saran maupun kritik yang sangat membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati serta penghargaan yang tulus, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Prof. Dr. Isti Fadah, SE, M.S. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Drs. Adi Prasodjo, MP. Selaku Dosen Pembimbing I yang dengan ikhlas meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, kritik, dan pengarahan dengan penuh kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Gusti Ayu Wulandari, SE, MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, kritik, motivasi, dan arahnya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak/ Ibu Dosen Penguji yang telah meluangkan waktunya untuk menguji.
6. Seluruh dosen dan staf pengajar serta karyawan di Fakultas Ekonomi Universitas Jember atas ilmu dan bantuan yang diberikan selama ini.
7. Bapak Prof. Tatang Ari Gumanti, M.Buss., P.hD selaku Dosen Wali serta Dosen Jurusan Manajemen yang telah membantu memberi pengarahan dan bimbingan kepada penulis selama kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

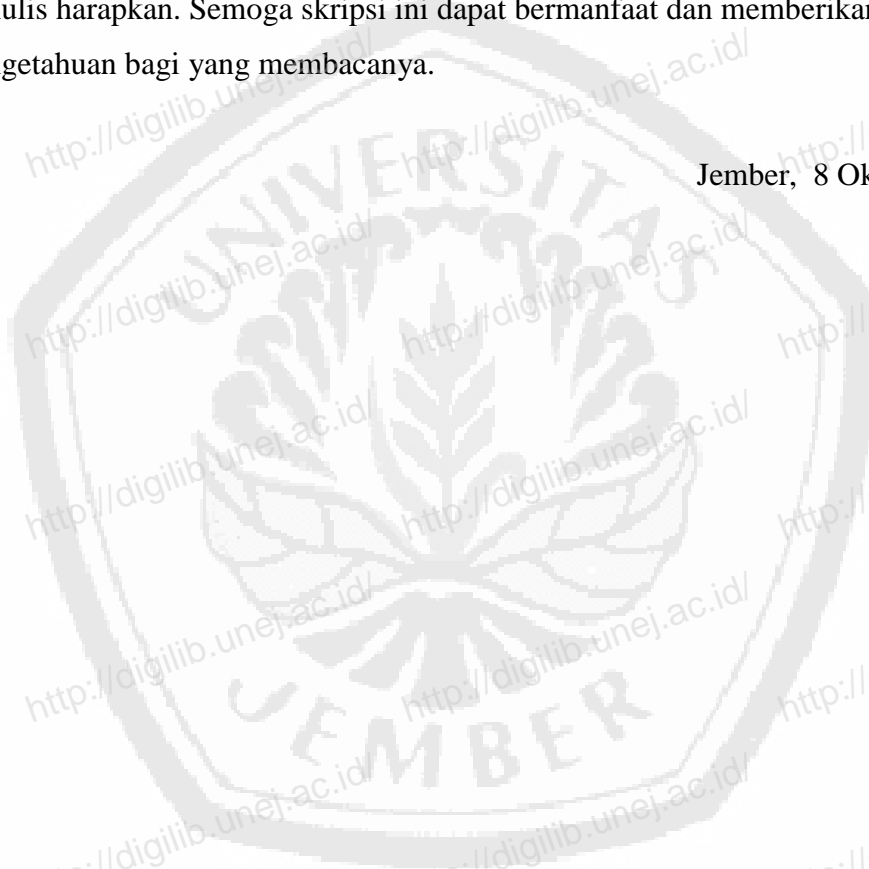
8. Pak Nugraha selaku General Manajer dari toko swalayan Golden Market di Jember yang telah bersedia untuk memberikan ijin melakukan penelitian di Golden Market, serta semua bantuannya dalam penyusunan skripsi ini.
9. Kedua orang tuaku, Bapak Suyanto dan Ibu Poniah serta adikku Amelia viviana, terima kasih atas kasih sayang, nasehat, motivasi, doa, dan materi yang selalu kalian berikan untukku selama ini.
10. Semua senior-seniorku yang ada di MAHAPENA Om Aris Moehadi, Mbak Untir, Om Angga, Mbak Dewi prihatini, Om Tatang, Om Nur kopi, Om Erik, Om wawan, Om Jibon, Om Arik, Om Arip, Pak War dan semua seniorku lainnya yang ada di MAHAPENA, terimakasih atas nasehat, motivasi, arahan, serta kasih sayang kalian selama ini.
11. Saudara-saudaraku di MAHAPENA yang masih aktif mulai dari angkatan 30 (Nata, Ibnu, Bagus, Ines, Mbah Surip), 31(Herling, Yusman, Mbah Najil, Afiv, Tamiyo, Wawan temon, Tami, Meta), anak-anakku angkatan 33 (Dela, Kukuh, Vania, Anas, Inunk, Dedik, Nisa, Abas, Gofur, Lutvi, Lisa, Bulek Septi, Enggar) 34 (Evi, Anin, Avan, Ari, Danang, Dea lemot, Ika, Rindang ndangndut, Yasirobeh, Lisa, Kipli) dan angkatan 35 (Ave, Teguh, Catur, Yuli, Temon, Priyo, Heldi, Ilham, Rendi, Vivi, Arbain), terimakasih atas dukungannya dan kerjasamanya selama ini.
12. Saudara-saudaraku tercinta angkatan 32 Akbar, Ambon, Devita, Ripin, Sapi, Tina, Ana, Gopar, Maruf, Jarot, Satriyo, Samid, Dina, Uliva, Hermawan, Dewi, Mey, Rendi, dan Hamid, terimakasih atas segalanya selama ini di MAHAPENA.
13. Jajaran pengurus MAHAPENA periode 2011-2013 (Dela, Vania, Rindang, Evi, Ika, Inunk, Akbar, Lutvi,dan Nisa), terimakasih atas kerjasamanya selama menjadi bawahanku.
14. Seluruh sahabat dan teman-teman Ekonomi Manajemen 2008 Mega, Aisah, Bagus, Yugo, Nindy, Kenya, dan lain-lain yang telah menemaniku senang ataupun susah di kampus Fakultas Ekonomi Universitas Jember tercinta ini.

15. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak berjasa dan membantu dalam proses penulisan skripsi ini.

Semoga Allah SWT selalu memberikan hidayah dan rahmat 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 dan memberikan tambahan pengetahuan bagi yang membacanya.

Jember, 8 Oktober 2012

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT ..	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.3.1 Tujuan Penelitian	6
1.3.2 Manfaat Penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Konsep Manajemen Pemasaran Dan Komunikasi Pemasaran	7
2.1.2 Promosi (komunikasi pemasaran)	9
2.1.3 Keputusan Pembelian Konsumen.....	19
2.2 Penelitian Sebelumnya	23
2.3 Kerangka Konseptual Dan Hipotesis	26
2.3.1 kerangka Konseptual	26
2.3.2 Hipotesis	28

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian	29
3.2 Jenis dan Sumber Data	29
3.3 Metode Pengumpulan data	30
3.4 Populasi Dan Sampel	30
3.5 Identifikasi Variabel	31
3.6 Definisi Operasional Variabel	31
3.7 Teknik Pengukuran Data	33
3.8 Uji Instrument	33
3.8.1 Uji Validitas	33
3.8.2 Uji Realibilitas	34
3.9 Metode Analisis Data	35
3.9.1 Analisis Regresi Llogistik	35
3.10 Kerangka Pemecahan Masalah	38

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaean Umum wilayah Kabupaten jember.....	40
4.2 Gambaran Umum Swalayan Golden Market.....	41
4.2.1 Sejarah Singkat Golden Market.....	41
4.2.2 Kebijakan, Visi, Misi Golden Market	42
4.2.3 Struktur Organisasi Golden Market.....	43
4.2.4 Aspek pemasaran Golden Market.....	47
4.3 Gambaran Umum responden	50
4.4 Uji Instrumen	53
4.5 Hasil Analisis Regresi Logistik.....	55
4.6 Pembahasan	58

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

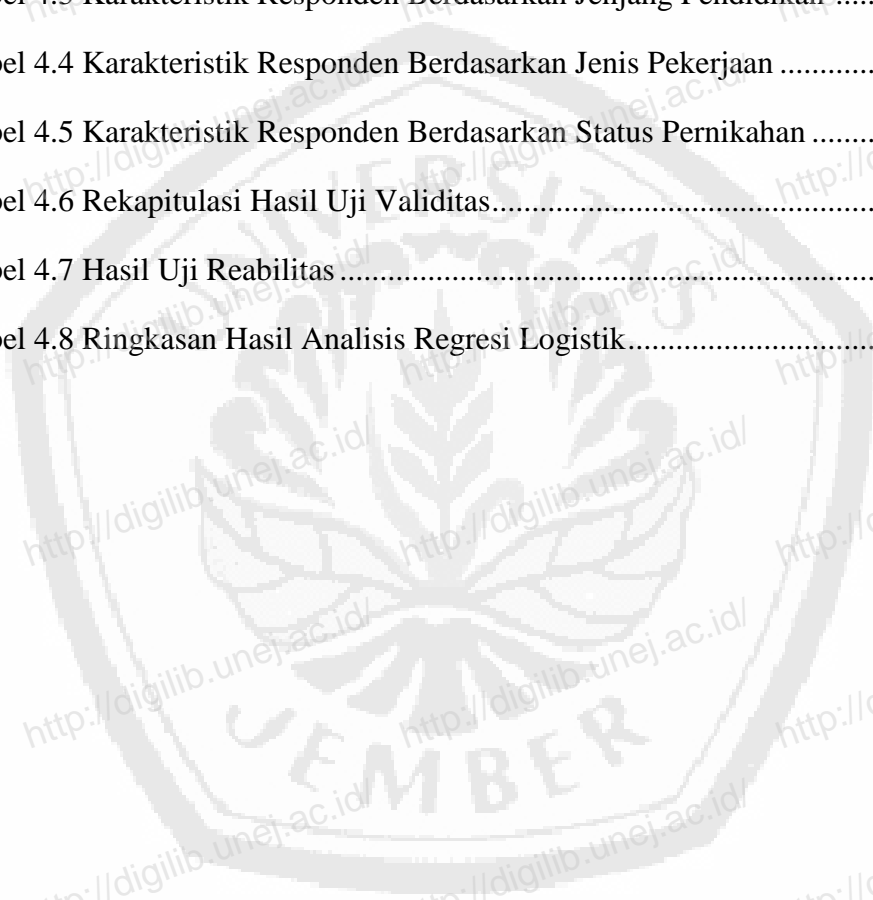
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran	63

DAFTAR PUSTAKA	65
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN	67
--------------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Sekarang dengan Penelitian Sebelumnya	25
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	51
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	52
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	53
Tabel 4.6 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Reabilitas	54
Tabel 4.8 Ringkasan Hasil Analisis Regresi Logistik.....	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Lima Tahap Pembelian	23
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	28
Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	38
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Toko Swalayan Golden Market	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	67
Lampiran 2. Data Tabulasi Responden	72
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas	79
Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas	80
Lampiran 5. Hasil Analisis Regresi Logistik	81

