



**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 mempertanggung 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 Nasyrat : 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 survei, 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 personal 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 kehadiran 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

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK ....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT ..</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
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
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
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

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
-----------------------------	-----------

<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>67</b>
--------------------------------	-----------

## 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