ANALISIS KONFIRMATORI BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PELAJAR SLTA DALAM MEMBELI HELM MEREK INK DI KOTA JEMBER

SKRIPSI

Oleh

Forasti Yuniar Dwi Erbaputri
NIM 080810201061

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER

2012

ANALISIS KONFIRMATORI BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PELAJAR SLTA DALAM MEMBELI HELM MEREK INK DI KOTA JEMBER

SKRIPSI

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

Oleh

Forasti Yuniar Dwi Erbaputri
NIM 080810201061

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER

2012

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ibunda Erna Agustina dan Ayahanda Bambang Sunarto yang tercinta;
2. Guru-guruku sejak taman kanak-kanak sampai dengan perguruan tinggi;
3. Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
4. Evo Bahtiar Ismail dan sahabat-sahabatku yang tersayang.

MOTTO

Pahlawan bukanlah orang yang berani meletakkan pedangnya ke pundak lawan, tetapi pahlawan sebenarnya ialah orang yang sanggup menguasai dirinya dikala ia marah.

(Nabi Muhammad SAW)

Dari air kita belajar ketenangan. Dari batu kita belajar ketegaran. Dari lebah kita belajar memberikan banyak manfaat bagi sesama. Dari kupu – kupu kita belajar untuk merubah diri. Dari padi kita belajar rendah hati. Dan dari Allah SWT kita belajar tentang kasih sayang yang sempurna.

(Dari Sahabat Untuk Sahabat)

Melihat ke atas, memperoleh semangat untuk maju. Melihat ke bawah, bersyukur atas semua nikmat yang telah kita dapat. Melihat ke samping memperoleh semangat ukhuwah dan kebersamaan. Melihat ke belakang, sebagai pengalaman yang berharga. Melihat ke dalam untuk introspeksi diri.

(Pho)

Tak ada satupun manusia yang sempurna didunia ini, tetapi berusaha menjadi orang yang mendekati kesempurnaan itu lebih baik.

(Pho)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

nama : Forasti Yuniar Dwi Erbaputri

NIM : 080810201061

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul "Analisis Konfirmatori Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pelajar SLTA dalam Membeli Helm Merek INK di Kota Jember" adalah benar – benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab 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 di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 22 Juni 2012

Yang menyatakan,

Forasti Yuniar D.E

NIM. 080810201061

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi	:	Analisis Konfirmatori Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pelajar SLTA dalam Membeli Helm Merek INK di Kota Jember
Nama	:	Forasti Yuniar D.E.
NIM	:	080810201061
Jurusan	:	Manajemen
Konsentrasi	:	Manajemen Pemasaran

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. M. Dimyati, SE, M.Si	Ana Mufidah, SE, M.Si
NIP 19670421 199403 1 008	NIP 19800201 200501 2 001

Ketua Jurusan

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

NIP 19661020 199002 2 001

Disetujui Tanggal:

PENGESAHAN

Skripsi berjudul "Analisis Konfirmatori Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pelajar SLTA dalam Membeli Helm Merek INK di Kota Jember" telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal : Jumat, 22 Juni 2012

tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Tim Penguji,

Ketua,

Dr. Deasy Wulandari, SE., M.Si

NIP 19730908 200003 2 001

Sekretaris,

Ana Mufidah, SE, M.Si

NIP 19800201 200501 2 001

Anggota,

Dr. M. Dimyati, SE, M.Si

NIP 19670421 199403 1 008

Mengesahkan

Dekan,

Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc

NIP. 19560831 198403 1 002

Forasti Yuniar Dwi Erbaputri

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi, dan tempat terhadap keputusan pembelian helm merek INK pada pelajar SLTA di kota Jember. Populasi pada penelitian ini adalah Pelejar SLTA di Kota Jember yang membeli kemudian menggunakan helm merek INK untuk kepentingan pribadi. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini melalui dua tahap yaitu *cluster random sampling* dan *purposive sampling*. Sampel terpilih sebanyak 160 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk, harga, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan tempat tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: produk, harga, promosi, tempat, dan keputusan pembelian.

Forasti Yuniar Dwi Erbaputri

The Management Departement, The Economic Faculty, Jember University

ABSTRACT

The purpose of this research is to know marketing mix consists of product, price, promotion, and place to the decision making of buying INK helmet to High School students in Jember. The Population in this research are High School student in Jember that buying and than using the INK helmet for personal. Technique sampling in this research by two phase there are cluster random sampling and purposive sampling. The sample that have choosen are 160 respondents. The output indicate that product, price, and promotion are significant to the decision making of buying. While place is not significant to the decision making of buying.

***Key words**: product, price, promotion, place, and decision making.*

RINGKASAN

Analisis Konfirmatori Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pelajar SLTA dalam Membeli Helm Merek INK di Kota Jember; Forasti Yuniar Dwi Erbaputri, 080810201061; 2012: 93 halaman; Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember.

Helm merupakan salah satu alat pelindung yang sangat penting bagi pengendara motor, yang berfungsi untuk melindungi organ terpenting dari manusia yaitu otak. Helm INK merupakan salah salu merek helm yang paling diminati oleh kalangan muda-mudi khususnya dikalangan pelajar SLTA. Fenomena *trend* Helm INK terjadi antara lain di Purwokerto, Bandung, Surabaya, Jember, Banyumas, kupang, dan masih banyak kota-kota lainnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi, dan tempat terhadap keputusan pembelian helm merek INK pada pelajar SLTA di kota Jember.

Populasi penelitian ini adalah para pelajar SLTA di kota Jember yang membeli helm merek INK. Sampel dalam penelitian ini adalah pelajar SLTA yang telah membeli dan menggunakannya untuk kepentingan pribadi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian melalui dua tahap, yaitu tahap pertama menggunakan teknik *cluster random sampling* dalam memilih SLTA di kota Jember kemudian menggunakan teknik *purposive sampling* dalam penentuan respondennya. Responden terpilih sebanyak 160 responden. Lokasi pada penelitian dilakukan di beberapa SLTA di kota Jember.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data melalui metode kuisioner dan metode kepustakaan. Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi dengan pendekatan konfirmatori.

Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian helm INK pada pelajar SLTA di kota Jember, yang terlihat dari koefisien regresi positif sebesar 0.599 (mengindikasikan arah hubungan positif) dengan C.R sebesar 2.191

dan diperoleh probabilitas signifikan (p) sebesar 0.028. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian helm INK pada pelajar SLTA di kota Jember, yang terlihat dari koefisien regresi negatif sebesar -0.332 (mengindikasikan arah hubungan negatif) dengan C.R sebesar -2.144 dan diperoleh probabilitas signifikan (p) sebesar 0.032. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian helm INK pada pelajar SLTA di kota Jember, yang terlihat dari koefisien regresi positif sebesar 0.847 (mengindikasikan arah hubungan positif) dengan C.R sebesar 2.302 dan diperoleh probabilitas signifikan (p) sebesar 0.021. Tempat tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian helm INK pada pelajar SLTA di kota Jember. Hasil penelitian ini mengindikasikan arah hubungan negatif, hal ini terlihat dari koefisien regresi negatif sebesar -0.100 dengan nilai C.R sebesar -0.528, dan diperoleh probabilitas (p) sebesar 0.597.

SUMMARY

Marketing Mix Confirmatory Factor Analysis toward Decision Making of High School Students to Buy INK Helmet in Jember; Forasti Yuniar Dwi Erbaputri, 080810201061; 2012: 93 pages; the Manajemen Department, the Faculty of Economic, Jember University.

Helmet is one of the most important protective gear for motorcyclists, which serves to protect the most important organ of the human brain. INK helmet is one of the most preferred by the young people especially among high school students. INK Halmet trend occurs among others in Purwokerto, Bandung, Surabaya, Jember, Banyumas, Kupang, and other. The purpose of this research is to know marketing mix consists of product, price, promotion, and place to the decision making of buying INK helmet to High School students in Jember.

The Population in this research was High School student in Jember. The sample in this research were high school students who have bought and used it for personal. The sampling technique used in the study through two stages, namely the first stage cluster random sampling technique in selecting high school in Jember then using purposive sampling technique in the determination of respondent. Respondents selected as many as 160 respondents. Location on the research conducted in several high school in Jember.

Source of data used in this research is the primary data and secondary data. Methods of data collection through questionnaire method and the method of literature. Analysis tools used in this study were of regression analysis with confirmatory approach.

Products have a significant effect on purchase decisions INK helmet high school students in Jember, as seen from the positive regression coefficient of 0599 (indicating a positive direction) with a CR of 2191 and obtained a significant probability (p) of 0028. Prices have a significant effect on purchase decisions INK helmet high school students in Jember, as seen from the negative regression coefficient of -0332 (indicating the direction of a negative relationship) with a CR

at -2144 and obtained a significant probability (p) of 0032. Significant effect on the promotion of helmet purchase decision INK on high school students in Jember, as seen from the positive regression coefficient of 0847 (indicating a positive direction) with a CR of 2302 and obtained a significant probability (p) of 0021. The place had no significant effect on purchase decisions INK helmet high school students in Jember. The results of this study indicate the direction of a negative relationship, it is seen from the negative regression coefficient of -0100 to -0528 of the CR, and obtained the probability (p) of 0597.

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas ridho dan limpahan Rahmat-Nya, sehingga skripsi dengan judul "Analisis Konfirmatori Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pelajar SLTA dalam Membeli Helm Merek INK di Kota Jember" ini dapat terselesaikan. Skripsi ini disusun sebagai kewajiban guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Dalam penulisan skripsi ini penulis telah banyak mendapat bantuan baik berupa materiil maupun moril yang tak ternilai harganya dari semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka dari itu sudah selayaknya penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mohamad Saleh, M.Sc, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Tatok Endhiarto, SE, MSi, selaku dosen wali.
4. Bapak Dr. M. Dimyati, SE, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Manajemenn Fakultas Ekonomi Universitas Jember sekaligus sebagai Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran, dan petunjuk serta motivasi yang bermanfaat guna terselesaikannya penulisan skripsi ini.
5. Ibu Ana Mufidah, SE, M.Si, selaku pembimbing II yang juga telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran, dan petunjuk yang bermanfaat guna terselesaikannya penulisan skripsi ini.
6. Ibu Dr. Deasy Wulandari, SE., M.Si selaku dosen penguji.
7. Dosen dan staf karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
8. Kedua orang tuaku tercinta, Ayahanda Bamabang Sunarto dan Ibunda Erna Agustina, terima kasih atas kasih sayang yang telah diberikan dalam mendidik dan membesarkanku selama ini.

9. Kakakku Oktovianto Utama Putra, Adikku Inton Tri Erbaputra Emas dan Greeman Caesarullah Erbaputra tercinta, yang selalu menjadi teman bertengkarku di rumah.
10. Bang Evo Bahtiar Ismail, terima kasih selalu ada buatku selama ini dan terima kasih atas segala dukungan semangat, doa, dan ketulusan yang kau berikan selama ini. Kau telah memberikan warna yang berbeda dalam hidupku.
11. Sahabat – sahabatku tersayang yang berada dalam kumpulan Mbambonk Community (Riano *Gentonk,* Uyunk *Kebo,* Bahtiar *Ruwet,* Bayu *Ambon,* Papa *Bamz,* Dita *Tante,* Nindy *Boncel,* Putri yang gak perna terima kalo di panggil *Mak Bongky*, Dita *Inem rombu*, Mbok Dhe Fenani, Vinda *Juminten*, dan Papito Donyta), terima kasih atas segala kenangan manis yang tercipta, persahabatan yang tulus, dan dukungan yang kalian berikan. Semoga persahabatan ini akan terus terjalin hingga hari tua nanti. Untuk sahabatku yang paling baik (kadang – kadang) Dimas Surya alias Mbah Jubeg, terima kasih sudah menjadi kakak sekaligus sahabat terbaikku. Dan untuk sahabat – sahabat lamaku dalam SB (mbak Den, ustazah Vitri, Nha-nha, mama Erin, dan Dina Puspita) kalian tetap mempunyai ruang dihatiku.
12. Teman-temanku: Rizka R, Andre Juananta, Sesylia Tyas, Rizha, Lungit, Rahardian Moe, mas Dedet, Ocin dan seluruh teman-temanku di Manajemen 2008 yang tak bisa kusebutkan satu persatu. Terima kasih atas semuanya.
13. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulisan dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya dengan segala keterbatasan kemampuan yang dimiliki dan kekurangan yang ada, penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, Juni 2012 Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL i

HALAMAN JUDUL ii

HALAMAN PERSEMBAHAN iii

HALAMAN MOTTO iv

HALAMAN PERNYATAAN..... v

HALAMAN PERSETUJUAN vi

HALAMAN PENGASAHAN..... vii

ABSTRAKSI viii

ABSTRACT ix

RINGKASAN x

SUMMARY xii

PRAKATA xiv

DAFTAR ISI xvi

DAFTAR TABEL xix

DAFTAR GAMBAR xx

DAFTAR LAMPIRAN xxi

BAB 1. PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 7

1.3 Tujuan Penelitian 8

1.4 Manfaat Penelitian 8

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA 9

2.1 Tinjauan Penelitian Sebelumnya 9

2.2 Landasan Teori 12

2.2.1 Pengertian Pemasaran 12

2.2.2 Konsep Pemasaran 13

2.2.3 Manajemen Pemasaran 14

2.2.4 Konsep Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)..... 14

2.2.5 Keputusan Pembelian 22

2.2.6 Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian 24
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian 30
2.4 Hipotesis Penelitian 33
BAB 3. METODE PENELITIAN 35
3.1 Rancangan Penelitian 35
3.2 Populasi dan Sampel 35
3.3 Sumber Data 36
3.4 Metode Pengumpulan Data 37
3.5 Indentifikasi Variabel 37
3.6 Definisi Operasional Variabel 37
3.7 Teknik Pengukuran 40
3.8 Uji Instrumen Penelitian 40
3.8.1 Uji Validitas 40
3.8.2 Uji Reliabilitas 40
3.9 Metode Analisis Data 41
3.9.1 Uji Asumsi Regresi Konfirmatori 41
3.9.2 Analisis Regresi dengan Pendekatan Konfirmatori 43
3.10 Kerangka Pemecahan Masalah 48
BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 50
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 50
4.1.1 Gambaran Umum PT. Tarakusuma Indah 50
4.1.2 Karakteristik Responden 67
4.1.3 Deskripsi Penilaian Responden 69
4.1.4 Uji Validitas dan Reliabilitas 72
4.2 Analisis Data 75
4.2.1 Uji Asumsi Regresi Konfirmatori 75
4.2.2 Analisis Regresi dengan Pendekatan Konfirmatori 76
4.3 Pembahasan 81
4.3.1 Pengaruh Produk terhadap Keputusan Pembelian 82
4.3.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian 83

4.3.3 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian ... 85
4.3.4 Pengaruh Tempat terhadap Keputusan Pembelian 86
4.4 Keterbatasan Penelitian 87
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN 88
4.5 Kesimpulan 88
4.6 Saran 89
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

2.1	Penelitian Sebelumnya	10
3.1	Uji Kesesuaian Model	46
4.1	Sekolah Responden	67
4.2	Kelas Responden	68
4.3	Jenis Kelamin Responden	69
4.4	Penilaian Responden terhadap Produk	69
4.5	Penilaian Responden terhadap Harga	70
4.6	Penilaian Responden terhadap Promosi	70
4.7	Penilaian Responden terhadap Tempat	71
4.8	Penilaian Responden terhadap Keputusan Pembelian	72
4.9	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Eksogen	74
4.10	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Endogen	75
4.11	Indeks Kesesuaian Regresi dengan Pendekatan Konfirmatori	78
4.12	Hasil Pengujian Kausalitas	78
4.13	Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis	81

DAFTAR GAMBAR

Halaman

1.1 Detail Penjualan Motor All Brand 2
2.1 Model Lima Tahap Pembelian 23
2.2 Kerangka Konseptual Penelitian 32
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah 48
4.1 Tipe Helm *Modullar* Mirage 54
4.2 Tipe Helm *Modullar* Senza 54
4.3 Tipe Helm *Modullar* Top Gear 2 55
4.4 Tipe Helm *Modullar* Vactor 2 55
4.5 Tipe Helm *Modullar* Top Gun..... 55
4.6 Tipe Helm *Modullar* MF – 1 55
4.7 Tipe Helm *Full Face* CL – 26 56
4.8 Tipe Helm *Full Face* CBR – 600..... 56
4.9 Tipe Helm *Full Face* CL – Vista 57
4.10 Tipe Helm *Full Face* CL – Primo 57
4.11 Tipe Helm *Full Face* CL – 1 57
4.12 Tipe Helm *Full Face* GP 2 Race 58
4.13 Tipe Helm *Full Face* Fusion..... 58
4.14 Tipe Helm *Full Face* Spy Hacker 58
4.15 Tipe Helm *Full Face* CL – Max 59
4.16 Tipe Helm *Open Face* Centro Jet 59
4.17 Tipe Helm *Open Face* Transformer 60
4.18 Tipe Helm *Open Face* TR 700 N 60
4.19 Tipe Helm *Open Face* CX – 22 61
4.20 Tipe Helm *Open Face* CX – 390 61
4.21 Tipe Helm *Open Face* CX – 800 61
4.22 Tipe Helm *Open Face* Classico 62
4.23 Tipe Helm *Open Face* Enzo 62
4.24 Tipe Helm *Open Face* TI 62
4.25 Tipe Helm *Open Face* CX – 25 62

4.26 Tipe Helm *Motocross Helmet* Moto – X 63
4.27 Tipe Helm *Motocross Helmet* Moto – 8 63
4.28 Hasil Analisis Regresi dengan Pendekatan Konfirmatori 77

DAFTAR LAMPIRAN

A. Kuisioner 94
B. Tabulasi Data Responden 99
C. Distribusi Karakteristik Responden 106
D. Distribusi Penilaian Responden 107
E. *Confirmatory Factor Analysis* 112
F. Hasil *Construct Reliability* 116
G. Hasil Regresi dengan Pendekatan *Confirmatory* 117