



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN INDOMARET DI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Oleh

Ulifah Isnin Febriati

NIM. 070810291148

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2011



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN INDOMARET DI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada
Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Oleh

Ulifah Isnin Febriati

NIM. 070810291148

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2011

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : Ulifah Isnin Febriati
NIM : 070810291148
Jurusan : MANAJEMEN
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : **PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN INDOMARET
DI KABUPATEN JEMBER**

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata di kemudian 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 manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 20 November 2011

Yang Menyatakan,

ULIFAH ISNIN FEBRIATI

NIM.070810291148

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan
Pembelian Konsumen Indomaret Di Kabupaten Jember
Nama Mahasiswa : Ulifah Isnin Febriati
NIM : 070810291148
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Deasy Wulandari, SE. M. Si

NIP. 19730908200003 2 001

Drs. Eka Bambang G., MM

NIP. 19670219199203 1 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Hj. Istifadah, M. Si

NIP. 19661020 199002 2 001

JUDUL SKRIPSI

PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN INDOMARET DI KABUPATEN JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama Mahasiswa : Ulifah Isnin Febriati

NIM : 070810291148

Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal :

21 November 2011

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Tim Penguji

Ketua : Dr. Sumani, M. Si

NIP. 19690114 200501 1 002

Sekretaris : Wiji Utami, SE. M. Si

NIP. 19740120200012 2 001

Anggota : Dr. Deasy Wulandari, SE.M. Si

NIP. 19730908200003 2 001



**Mengetahui,
Fakultas Ekonomi
Universitas Jember
Dekan,**

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

LEMBAR PERSEMBAHAN

Kupersembahkan Karya ku ini kepada.....

1. Kedua orang tuaku Bambang Agus Diman dan Suminah, S.Pd, yang telah mendoakan dan memberi kasih sayang serta pengorbanan selama ini;
2. Kakakku Agus Prasetyo;
3. Semua guruku tercinta;
4. Semua teman-teman baikku, terima kasih.

MOTTO

“Menjadi sukses adalah tujuan hidup bagi sebagian besar orang. Salah satu modal untuk meraih kesuksesan adalah dengan menjadi individu yang kreatif. Dengan kreatifitas yang dimiliki seseorang disertai dengan pengambilan langkah-langkah yang tepat dalam mengembangkan kreatifitas tersebut, Kesuksesan bisa dicapai.”

(Ulifah)

“Tugas kita bukanlah untuk berhasil. Tugas kita adalah untuk mencoba, karena didalam mencoba itulah kita menemukan dan belajar membangun kesempatan untuk berhasil.”

(Mario Teguh)

“Dan janganlah kamu berputus asa daripada rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus asa dari pada rahmat Allah melainkan orang-orang yang kufur.”

(Q.S. Yusuf: 87)

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bauran pemasaran jasa agar konsumen melakukan keputusan pembelian pada Indomaret di Kabupaten Jember. Untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan pembelian konsumen Indomaret di Kabupaten Jember adalah dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Indomaret di Kabupaten Jember. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil responden sebanyak 80 responden dengan metode *purposive sampling* dengan kriteria responden berusia minimal 17 tahun dan responden merupakan konsumen yang melakukan pembelian lebih dari satu kali di Indomaret Kabupaten Jember.

Data yang diperoleh diuji dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Menurut Iqbal Hasan (2002 : 117) uji regresi linier berganda adalah regresi linier dimana sebuah variabel terikat (Y) dihubungkan dengan dua atau lebih variabel bebas (X). Analisis Regresi Linier Berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga, tempat, promosi, bukti fisik, proses, dan personal terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini bahwa variabel (*product, price, place, promotion, physical evidence, process, person*) bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Indomaret di Kabupaten Jember, sedangkan variabel *place* dan *physical evidence* secara parsial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Indomaret di Kabupaten Jember. Variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian adalah variabel *price* (harga).

Kata Kunci : Bauran Pemasaran Jasa, Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret Di Kabupaten Jember*. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih pada :

1. Allah SWT terima kasih atas segala Rahmat dan Anugerah-nya. Dzat yang melimpahkan kasih tak terhingga dan membuat penulis bisa menyelesaikan titik akhir proses penelitian ini.
2. Prof. Dr. Moh. Saleh, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Dr. Hj. Istifadah, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
4. Dr. M. Dimiyati, SE, M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
5. Dr. Deasy Wulandari, SE. M.Si dan Drs. Eka Bambang G., MM, selaku dosen pembimbing I dan II dengan penuh kesabaran menuntun, memberi semangat, dan nasihat sampai dengan selesainya penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan ilmu dan wawasan hingga saya dapat menyelesaikan studi ini.
7. Seluruh karyawan dan staf Fakultas Ekonomi.
8. Kedua orangtuaku, Bambang Agus. D dan Suminah S.Pd tercinta, yang telah mendoakan dan memberikan kasih sayang serta pengorbanan selama ini.

9. Agus Prasetyo, kakakku tersayang yang telah memberi dukungan, semoga kita sama-sama menjadi anak yang bisa dibanggakan oleh orangtua..Amin.
 10. Keluarga besar Tanggul, “Budhe Ntik, Bunda Wika, dan sluruh keluargaku yang telah mendoakan aku.
 11. Setyo Utomo, yang senantiasa selalu memberiku semangat, perhatian, dan selalu meluangkan waktu untuk kepentinganku selama ini.
 12. Untuk teman-teman (Mars Community), “Demma, Andreee, Emak, Nophal, Sihok, Yudi Buduk, Acong, Adit, Asa, Hon Ditta, Hon Alin, Hon Dini, Hon Iput, dkk”. Kalian adalah teman terbaikku, teman seperjuanganku, senang bisa kenal dengan kalian. Semoga dengan perjuangan terakhir kita ini bukan merupakan akhir dari persahabatan kita. Always Miss You All.
 13. Untuk teman-teman Jawa 4 No 7-A, “Utik Komaruddin, Pherra, Mbak Mumun, Mb Enjel, Mb Pheri, Mb Titis, Mb Viky, Phida, Denis, dan teman-teman yang lain, semoga kebersamaan kita selama ini tak akan pernah terlupakan.
 14. Kepada semua pihak yang dengan tulus ikhlas membantu dan mendo’akan keberhasilan untuk penulis, saya sampaikan banyak terima kasih. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat, petunjuk, dan bimbingan-Nya kepada kita semua, Amin.
- Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi almamater tercinta, serta bagi setiap pembaca pada umumnya.

Penulis,

Jember, November 2011

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTO	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5

BABA 2. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran	6
2.1.2 Konsep Pemasaran.....	7
2.1.3 Bauran Pemasaran	8
2.1.4 Komponen Bauran Pemasaran Jasa	9
2.1.5 Perilaku Pembelian Konsumen.....	13
2.1.6 Model Perilaku Konsumen.....	13
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	17
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Kerangka Konseptual.....	22
2.4 Hipotesis.....	24
BAB 3. METODE PENELITIAN	25
3.1 Rancangan Penelitian.....	25
3.2 Populasi dan Sampel	25
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	27
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	27
3.5 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	28
3.6 Skala Pengukuran	31
3.7 Pengujian Instrumen.....	32
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	33

3.9 Metode Analisis Data	35
3.10 Uji Hipotesis.....	36
3.11 Analisis Koefisien Determinasi.....	37
3.12 Kerangka Pemecahan Masalah.....	40
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	42
4.1.1 Sejarah Singkat	42
4.1.2 Visi, Motto, dan Budaya Perusahaan	44
4.1.3 Struktur Organisasi	45
4.2 Analisis Data	46
4.2.1 Data Deskriptif.....	46
4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	56
4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda	57
4.2.4 Uji Asumsi Klasik	59
4.2.5 Uji F	62
4.2.6 Koefisien Determinasi Berganda	62
4.2.7 Uji t	63
4.2.8 Analisis Koefisien Korelasi Parsial	65
4.3 Pembahasan	66
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan	74

5.2 Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 : Persamaan dan Perbedaan Penelitian.....	21
Tabel 3.1 : Data Sampel	26
Tabel 4.1 : Statistik Deskriptif Demografi Responden	47
Tabel 4.2 : Distribusi Frekuensi Variabel Produk	48
Tabel 4.3 : Distribusi Frekuensi Variabel Harga	49
Tabel 4.4 : Distribusi Frekuensi Variabel Tempat	50
Tabel 4.5 : Distribusi Frekuensi Variabel Promosi.....	51
Tabel 4.6 : Distribusi Frekuensi Variabel Bukti Fisik	52
Tabel 4.7 : Distribusi Frekuensi Variabel Proses.....	53
Tabel 4.8 : Distribusi Frekuensi Variabel Personal	54
Tabel 4.9 : Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	55
Tabel 4.10 : Hasil Uji Validitas	56
Tabel 4.11 : Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.12 : Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda	58
Tabel 4.13 : Uji Multikolinearitas.....	59
Tabel 4.14 : Hasil Perhitungan Uji F	62
Tabel 4.15 : Koefisien Korelasi Parsial.....	65

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Model Perilaku Konsumen	14
Gambar 2.2 : Proses Keputusan Membeli	17
Gambar 2.3 : Kerangka Konseptual.....	24
Gambar 3.1 : Kerangka Pemecahan Masalah	40
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi	45
Gambar 4.2 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
Gambar 4.3 : Hasil Uji Normalitas	61

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	80
Lampiran 2 : Data Kuesioner	86
Lampiran 3 : Distribusi Frekuensi Jawaban Responden.....	91
Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas	97
Lampiran 5 : Hasil Uji Reliabilitas.....	100
Lampiran 6 : Hasil Analisis Regresi Linier	108