



**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG
PRODUK EDAMAME BERBASIS BAURAN PEMASARAN
(Studi Pada PT Mitratani Dua Tujuh Jember)**

***THE ANALYSIS OF REBUY EDAMAME DECISION BASED
OF MARKETING MIX
(Study at PT Mitratani Dua Tujuh Jember)***

SKRIPSI

Oleh:

Asiani Megawati

NIM. 100810201222

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2013**



**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG
PRODUK EDAMAME BERBASIS BAURAN PEMASARAN
(Studi Pada PT Mitratani Dua Tujuh Jember)**

SKRIPSI

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

Oleh:

Asiani Megawati

NIM. 100810201222

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2013**

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER - FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : Asiani Megawati
NIM : 100810201222
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Analisis Keputusan Pembelian Ulang Produk Edamame Berbasis
Bauran Pemasaran (Studi Pada PT Mitratani Dua Tujuh Jember)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

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

Jember, 27 Mei 2013

Yang menyatakan

Asiani Megawati
NIM : 100810201222

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Keputusan Pembelian Ulang Produk Edamame Berbasis Bauran Pemasaran (Studi Pada PT Mitratani Dua Tujuh Jember)
Nama Mahasiswa : Asiani Megawati
NIM : 100810201222
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Disetujui Tanggal : 27 Mei 2013

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Bambang Irawan, SE, MSi

NIP. 19610317 198802 1 001

Dr. Nurhayati, SE, MM

NIP. 19610607 198702 2 001

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen

Prof. Dr. Dra. Hj. Istifadah, MSi

NIP. 19661020 199002 2 001

JUDUL SKRIPSI

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PRODUK EDAMAME
BERBASIS BAURAN PEMASARAN
(Studi Pada PT Mitratani Dua Tujuh Jember)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : **Asiani Megawati**

NIM : **100810201222**

Jurusan : **Manajemen**

telah dipertahankan didepan panitia penguji pada tanggal:

31 Mei 2013

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

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua : **Dr. Imam Suroso, SE, MSi** : (.....)

NIP 19591013 198802 1 001

Sekretaris : **Dr. Nurhayati, SE, MM** : (.....)

NIP 19610607 198702 2 001

Anggota : **Dr. Bambang Irawan, SE, MSi** : (.....)

NIP 19610317 198802 1 001

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Jember

Dr. Moehammad Fathorrazi, SE, MSi

NIP. 19630614 199002 1 001

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur, aku persembahkan skripsi ini kepada:

- Ayahanda tersayang Abah Asmuni dan Ibunda tercinta Umi Sulasih yang selalu memberi cinta, kasih sayang dan do' a disetiap langkahku.
- Keluarga ku (mak, mbah, bibik, om, kakak, adek dan keponakan), terimakasih atas do' a, nasehat dan dukungan yang telah diberikan.
- “Bibi” tersayang yang selalu menemani hari-hariku, memberi semangat dan dukungan.
- Almamater tercinta Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

MOTTO

“Bermimpilah! lalu kejar dengan jujur, sabar, tekun dan semangat”

(Mario Teguh)

“Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah”

(Thomas Alva Edison)

“Jangan pernah memandangi orang yang lebih tinggi darimu, tapi pandanglah orang yang lebih rendah darimu. Agar kamu tahu diluar sana masih banyak orang yang tidak seberuntung kamu”

(My Father)

“Bila kita mengisi hati kita dengan penyesalan untuk masa lalu dan kekhawatiran untuk masa depan, maka kita tidak memiliki hari ini untuk kita syukuri”

(Dr. Aidh bin Abdullah Al-Qarni)

“Jangan menyalahkan diri ketika berbuat salah, tetapi berpikirlah untuk bisa memperbaiki kesalahan itu dengan melakukan yang lebih baik”

(Boogie d'Angelo)

RINGKASAN

Analisis Keputusan Pembelian Ulang Produk Edamame Berbasis Bauran Pemasaran (Studi Pada PT Mitratani Dua Tujuh Jember); Asiani Megawati; 100810201222; 2013; 49 halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Edamame merupakan produk unggulan Jember dimana Jember merupakan satu-satunya produsen edamame di Indonesia. PT Mitratani Dua Tujuh Jember sebagai perusahaan pemula yang memasarkan produknya di wilayah domestik harus jeli dalam melihat peluang pemasaran, sehingga perlu melakukan bauran pemasaran agar mendapat tempat dihati konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan kemampuan variabel bauran pemasaran sebagai prediktor keputusan pembelian ulang produk edamame pada PT Mitratani Dua Tujuh Jember.

Penelitian ini dilakukan dengan memilih responden yang telah melakukan pembelian produk edamame di outlet edamame PT Mitratani Dua Tujuh Jember. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer tersebut diperoleh dari hasil wawancara dengan menggunakan kuesioner pada 80 responden penelitian yang ditentukan dengan menggunakan tehnik *purposive sampling* artinya tehnik pengambilan sampel secara sengaja oleh peneliti yang didasarkan atas kriteria tertentu. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi logistik untuk memprediksi variabel bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian ulang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, tempat, orang, layanan dan fasilitas fisik tidak berpengaruh signifikan atau tidak dapat dijadikan prediktor keputusan pembelian ulang.

SUMMARY

The Analysis of Rebuy Edamame Decision Based of Marketing Mix (Study at PT Mitratani Dua Tujuh Jember); Asiani Megawati; 100810 201222; 2013; 49 pages; Department of Management Faculty of Economics University of Jember

Edamame is an excellent product which Jember, Jember is the only producer of edamame in Indonesia. PT Mitratani Dua Tujuh Jember as a fledgling company that markets its products in the domestic sphere should be keen in looking at marketing opportunities, so need to do the marketing mix in order to get where hearts of consumers. This study aimed to determine the ability of the marketing mix variables as predictors of repeat purchase decision on the product edamame PT Mitratani Dua Tujuh Jember.

The research was conducted by selecting respondents who had made a purchase at the outlet product edamame PT Mitratani Dua Tujuh Jember. The data used in this study is primary data. The primary data obtained from interviews with 80 respondents using a questionnaire on research that determined using purposive sampling technique sampling technique means intentionally by the researchers based on certain criteria. The analytical method used was logistic regression analysis to predict the marketing mix variables on purchase decisions again.

Results the research show that variable marketing mix which includes product, price, place, people, services and physical facilities have no significant effect or can not be used as predictors of repeat purchase decision.

PRAKATA

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena atas segala rahmat, hidayah dan karuniaNya yang telah diberikan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Keputusan Pembelian Ulang Berbasis Bauran Pemasaran (Studi Pada PT Mitratani Dua Tujuh Jember)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program studi Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan ini masih sangat banyak kekurangan yang disebabkan karena keterbatasan daripada kemampuan penulis, tetapi berkat pertolongan Allah SWT serta dorongan semangat dari semua pihak akhirnya penulisan skripsi ini mampu terselesaikan. Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bpk. Dr. M. Fathorrazi, SE, MSi selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Prof. Dr. Dra. Hj. Istifadah, MSi selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Dr. Bambang Irawan, SE, MSi selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan dorongan semangat, bimbingan, pengarahan, saran serta telah meluangkan waktu sehingga skripsi ini mampu terselesaikan.
4. Dr. Nurhayati, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan dorongan semangat, bimbingan, pengarahan serta saran sehingga skripsi ini mampu terselesaikan.
5. Drs. Achmad Ichwan selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
7. Kedua orang tuaku Abah Asmuni dan Umi Sulasih yang telah memberikan kasih sayang, motivasi dan dukungan do'a selama ini.

8. Keluargaku (mak, mbah, bibik, om, kakak, adek dan keponakan), terimakasih atas kasih sayang, dukungan do'a, perhatian dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis selama ini.
9. "Bibi" tersayang yang selalu ada dan memberi semangat kepada penulis selama ini.
10. Seluruh teman-teman Program Studi Manajemen khususnya alih program angkatan 2010 Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
11. Sahabat-sahabat dan teman kost terimakasih atas dukungan dan do'anya.
12. Seluruh Staf dan Karyawan Outlet Edamame PT Mitratani Dua Tujuh Jember terimakasih telah memberikan bantuan informasi dan do'a kepada penulis.
13. Seluruh pihak yang telah banyak membantu memberikan bantuan dan dorongan semangat yang tidak dapat disebut satu persatu, terimakasih sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

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, 27 Mei 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
RINGKASAN	vii
SUMMARY	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Teori dan Penelitian Terdahulu	5
2.1.1 Pengertian Pemasaran dan Konsep Pemasaran	5
2.1.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	6
2.1.3 Perilaku Konsumen	8
2.1.4 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen	10
2.1.5 Penelitian Terdahulu	12

2.2 Kerangka Konseptual Penelitian	15
2.3 Pengembangan Hipotesis Penelitian	15

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian	17
3.2 Populasi dan Sampel	17
3.3 Jenis dan Sumber Data	18
3.4 Identifikasi Variabel	19
3.5 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel	19
3.5.1 Definisi Operasional Variabel	19
3.5.2 Skala Pengukuran Variabel	21
3.5.2.1 Teknik Pengukuran Variabel Independen	21
3.5.2.2 Teknik Pengukuran Variabel Dependen	22
3.6 Metode Analisis Data	22
3.6.1 Uji Validitas	22
3.6.2 Uji Reliabilitas	23
3.6.3 Regresi Logistik	24
3.7 Kerangka Pemecahan Masalah	28

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum PT Mitratani Dua Tujuh Jember	30
4.2 Lokasi Perusahaan	31
4.3 Struktur Organisasi Perusahaan	31
4.4 Personalia	33
4.4.1 Jumlah Karyawan	33
4.4.2 Sistem Gaji	33
4.5 Hasil Pengolahan dan Kualitas Pengolahan	34
4.6 Kegiatan Pemasaran	34
4.7 Karakteristik Responden	35
4.8 Hasil Analisis Data	37
4.8.1 Uji Validitas	37

4.8.2 Uji Reliabilitas	38
4.8.3 Regresi Logistik	39
4.8.3.1 Menilai Model Fit	40
4.8.3.2 Menilai Ketepatan Prediksi	42
4.8.3.3 Menguji Koefisien Regresi	42
4.9 Pembahasan atas Hasil Penelitian	42
4.9.1 Variabel Produk Sebagai Prediktor Keputusan Pembelian Ulang Produk Edamame pada PT Mitratani Dua Tujuh Jember	43
4.9.2 Variabel Harga Sebagai Prediktor Keputusan Pembelian Ulang Produk Edamame pada PT Mitratani Dua Tujuh Jember	43
4.9.3 Variabel Tempat Sebagai Prediktor Keputusan Pembelian Ulang Produk Edamame pada PT Mitratani Dua Tujuh Jember	44
4.9.4 Variabel Orang Sebagai Prediktor Keputusan Pembelian Ulang Produk Edamame pada PT Mitratani Dua Tujuh Jember	45
4.9.5 Variabel Layanan Sebagai Prediktor Keputusan Pembelian Ulang Produk Edamame pada PT Mitratani Dua Tujuh Jember	45
4.9.6 Variabel Fasilitas Fisik Sebagai Prediktor Keputusan Pembelian Ulang Produk Edamame pada PT Mitratani Dua Tujuh Jember	46
4.10 Keterbatasan Penelitian	47
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	48
5.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN-LAMPIRAN	52

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Penyajian Rangkuman Penelitian Sebelumnya	13
4.1 Karakteristik Responden Secara Umum	36
4.2 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas	38
4.3 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas	39
4.4 Ringkasan Hasil Analisis Regresi Logistik	40
4.5 Klasifikasi Tabel	42

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Model Perilaku Konsumen	9
2.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	10
2.3 Kerangka Konseptual	15
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	28
4.1 Struktur Organisasi PT Mitratani Dua Tujuh Jember	32

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1 Kuesioner Penelitian	52
2 Data Hasil Kuesioner Penelitian	56
3 Hasil Uji Validitas	61
4 Hasil Uji Reliabilitas	66
5 Hasil Analisis Regresi Logistik	68