



**PENGARUH BAURAN PROMOSI DAN PENGETAHUAN KONSUMEN
TERHADAP PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK
BERBELANJA DI PERUSAHAAN RITEL INDOMARET
(Studi Pada Konsumen Indomaret Jalan Gajah Mada No. 20 Genteng -
Banyuwangi)**

SKRIPSI

Oleh :

**WINDA CHRISTANTI FIRMANINGTYAS
080210301010**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2012**



**PENGARUH BAURAN PROMOSI DAN PENGETAHUAN KONSUMEN
TERHADAP PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK
BERBELANJA DI PERUSAHAAN RITEL INDOMARET**

(Studi Pada Konsumen Indomaret Jalan Gajah Mada No. 20 Genteng - Banyuwangi)

SKRIPSI

diajukan guna memenuhi salah satu syarat memperoleh
gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Ekonomi
Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (S1)
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

**Oleh:
WINDA CHRISTANTI FIRMANINGTYAS
080210301010**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2011**

PERSEMBAHAN

Dengan penuh kebahagiaan dan rasa terima kasih sebesar-besarnya pada Sang Pencipta skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Yang kuhormati dan kucintai Papi Bambang Hari Widodo dan Mami Sri Walimah, terimakasih yang tak terhingga atas semua pengorbanan, cucuran keringat, kesabaran dan doa yang tak henti-hentinya untuk keberhasilan studiku yang kuraih hingga saat ini.
2. Adikku Kharisma Permata Karunianingtyas dan keluarga besar tersayang, terima kasih atas candaan, dukungan dan perhatian yang diberikan untuk semua keberhasilanku selama ini.
3. Almamater yang kubanggakan Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.
4. Guru-guruku sejak TK sampai Perguruan Tinggi terhormat, yang telah memberikan ilmu dan membimbing dengan penuh kesabaran;

MOTO

“Mudah Dan Hemat”

(Indomaret)

“Perusahaan tidak bisa hanya membuat produk bagus, mereka juga harus bisa menginformasikan kelebihan produknya kepada konsumen dan dengan hati-hati mampu memposisikan produknya dalam benak konsumen”

(Phillip Kotler)

“Anda tidak dapat memaksa orang lain untuk membayar produk anda, melainkan anda hanya dapat membuat mereka tertarik untuk membelinya”

(David Ogilvy)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Winda Christanti Firmaningtyas

NIM : 080210301010

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul: “**Pengaruh Bauran Promosi Dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Di Perusahaan Ritel Indomaret (studi pada konsumen Indomaret jalan Gajah Mada no. 20 Genteng-Banyuwangi)**” 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 mendapatkan sanksi akademik jika di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, Oktober 2012

Winda Christanti F.
Nim.080210301010

PERSETUJUAN

PENGARUH BAURAN PROMOSI DAN PENGETAHUAN KONSUMEN TERHADAP PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK BERBELANJA DI PERUSAHAAN RITEL INDOMARET

(Studi Pada Konsumen Indomaret Jalan Gajah Mada No. 20 Genteng - Banyuwangi)

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan IPS (S1) dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Oleh :

Nama : Winda Christanti Firmaningtyas
NIM : 080210301010
Angkatan tahun : 2008
Tempat, tanggal lahir : Banyuwangi, 28 April 1991
Jurusan/program : P. IPS/P. Ekonomi

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Drs. Joko Widodo, M.M
NIP. 19600217 198603 1 003

Dra. Retna Ngesti S., M.P
NIP. 19670715 199403 2 004

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Pengaruh Bauran Promosi Dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Di Perusahaan Ritel Indomaret (studi pada konsumen Indomaret jalan Gajah Mada no. 20 Genteng-Banyuwangi) ” telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Pada hari : Rabu
Tanggal : 31 Oktober 2012
Tempat : Gedung I Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Tim Penguji :

Ketua

Sekretaris

Drs.Bambang Suyadi, M.Si
NIP. 19530605 198403 1 003

Dra. Retna Ngesti S,M.P
NIP. 19670715 199403 2 004

Anggota :

1.Drs. Umar HM Saleh, M.Si
NIP.19621231 198802 1 001

(.....)

2. Drs. Joko Widodo, M.M
NIP. 19600217 198603 1 003

(.....)

Mengetahui,
Dekan

Prof. Dr. Sunardi, M.Pd
NIP. 19540501 198303 1 005

DENAH LOKASI INDOMARET GENTENG

RINGKASAN

Pengaruh Bauran Promosi Dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Di Perusahaan Ritel Indomaret (studi pada konsumen Indomaret jalan Gajah Mada no. 20 Genteng-Banyuwangi), Winda Christanti Firmaningtyas 080210301010, 2012, 82 hlm, Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember.

Bauran promosi dan pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen itu akan mempengaruhi proses pengambilan keputusan. Dilihat dari sisi konsumen sendiri yang notabene memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi membuat konsumen mencari informasi tentang tempat-tempat perbelanjaan yang sesuai dengan tujuannya. Setelah melewati tahap-tahap informasi kemudian konsumen memilih untuk berbelanja di Indomaret Jalan Gajah Mada N0. 20 Genteng-Banyuwangi. Di dalam penelitian ini, yang dimaksud adalah pengambilan keputusan konsumen dalam berbelanja di Indomaret Genteng. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan dari variabel bauran promosi dan pengetahuan konsumen terhadap proses pengambilan keputusan konsumen dalam berbelanja di Indomaret Genteng Banyuwangi. Selain itu juga ingin mengetahui manakah diantara variabel bauran promosi dan pengetahuan konsumen yang mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap proses pengambilan keputusan konsumen dalam berbelanja di Indomaret Genteng Banyuwangi.

Bauran promosi yang diteliti meliputi, (1) periklanan, dengan item-item yang menjadi operasional yaitu pemasangan iklan Indomaret di radio setempat dan pemasangan banner Indomaret di tempat-tempat strategis, (2) promosi penjualan, dengan item-item yang menjadi operasional yaitu pemberian hadiah berupa souvenir, pemberian hadiah berupa kupon undian, dan pemberian potongan harga/rabat, (3) penjualan pribadi, dengan item-item yang menjadi operasional yaitu diadakannya roadshow yang dilakukan oleh tenaga penjual Indomaret. Pengetahuan konsumen yang meliputi, (1) pengetahuan produk, dengan item-item yang menjadi operasional

yaitu tentang atribut atau ciri-ciri produk dan kualitas produk yang dijual di Indomaret Genteng, (2) pengetahuan pembelian, dengan item-item yang menjadi operasional yaitu tentang dimana dan kapan proses belanja itu terjadi.

Penelitian ini dilakukan di Indomaret Jalan Gajah Mada No. 20 Genteng Banyuwangi. Metode penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive area* yaitu tempat penelitian ditentukan secara sengaja dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Konsumen yang akan menjadi responden penelitian ini didasarkan pada metode *purposive sampling* sebanyak 30 orang. Metode pengumpulan data melalui metode angket dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, analisis varian garis regresi dengan uji F dan uji t.

Hasil penelitian membuktikan bahwa bauran promosi dan pengetahuan konsumen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap proses pengambilan keputusan konsumen dalam berbelanja di Indomaret Jalan Gajah Mada No. 20 Genteng Banyuwangi. Hal ini dibuktikan dari hasil perhitungan uji F, dimana $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ yaitu sebesar $13,728 \geq 3,316$ dengan taraf signifikansi 0.000. Koefisien determinasi (R_{square}) sebesar 0,504 yang berarti bahwa besarnya varian bauran promosi dan pengetahuan konsumen sebesar 50,4%, sisanya sebesar 49,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian dan pembahasan adalah bahwa bauran promosi dan pengetahuan konsumen telah terbukti mempengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen dalam berbelanja di perusahaan ritel Indomaret Jalan Gajah Mada No. 20 Genteng-Banyuwangi. Variabel bauran promosi berpengaruh dominan terhadap proses pengambilan keputusan konsumen dalam berbelanja di perusahaan ritel Indomaret Jalan Gajah Mada No. 20 Genteng-Banyuwangi.

Kata kunci : Bauran Promosi, Pengetahuan Konsumen, Proses Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Berbelanja

PRAKATA

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah yang berjudul “Pengaruh Bauran Promosi Dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Di Perusahaan Ritel Indomaret (studi pada konsumen Indomaret jalan Gajah Mada no. 20 Genteng-Banyuwangi)”. Karya tulis ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tiada terhingga kepada:

1. Prof. Dr. Sunardi, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Drs. Sumarjono, M.Si, selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Drs. Bambang Suyadi, M.Si, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Drs. Joko Widodo, M.M, selaku Dosen Pembimbing I dan Dra.Retna Ngesti S.,M.P selaku Dosen Pembimbing II;
5. Seluruh dosen yang Program Studi Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama studi;
6. Mami Sri Walimah dan Papi Bambang Hari Widodo tercinta yang senantiasa melimpahkan kasih sayang tak terhingga. Terima kasih atas segala doa dan dukungan yang selalu menyertai langkah putri kalian ini.
7. Adikku tersayang, Kharisma Permata Karunianingtas yang setia berbagi suka duka dan selalu bisa mengembalikan semangat yang mulai pudar yang juga dengan senang hati mendoakan mbakmu ini agar dapat sukses.

8. Special thanks to Mbak Ayuk yang sudah memberikan bantuan dan doa demi kelancaran pembuatan skripsi ini. Terima kasih banyak Kakakku yang baik.
9. Keluarga besar Dra. Rahayu M.Pd yang telah memberi semangat dan doa demi kelancaran kuliah dan skripsi. Terima kasih atas dukungan yang pernah diberikan.
10. Daniar Rahmi Utomo, Winda Putri, Septi Nurul, Anna Widayani, Anim Falakhudin, Wahyu Nurlaili, Lidya Twi, Pramyta Manda, Mas Muhammad Yanuar Iqbal (Kanda), Mas Ghanif A. Revy, Desy Andriani, Akhmad Dairobi, Zea Virginia, Mas Iqbal, Linda Kumalasari, Eka Sulvi, Nissa, Mbak Novi, dan sahabat dan teman-temanku lainnya yang telah banyak membantu. Terima kasih atas dukungan dan kebersamaannya selama ini.
11. Keluarga Twenty Jvania yang selalu penuh kasih, kejutan dan ceria. Tiara Bahar Oktaviani , Indah Elis M, Dwi Astuti, Yurike Febnesia, Halla Prima, dan semuanya, aku pasti akan mengingat dan merindukan kalian.
12. Sahabat- sahabat terbaikku PE '08 R yang selalu setia menemani perjalanan hidupku dan terimakasih atas kebersamaan yang indah selama ini.
13. Semua pihak yang membantu penulisan skripsi ini.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Jember, Oktober 2012

Winda Christanti Firmaningtyas

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PEMBIMBINGAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
DENAH LOKASI INDOMARET GENTENG	vii
RINGKASAN	viii
PRA KATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori Pemasaran	8
2.3 Landasan Teori Promosi	11
2.3.1 Bauran Promosi	13
2.4 Pengetahuan Konsumen	29
2.5 Pengambilan Keputusan Konsumen Untuk Pembelian	31
a. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen	31

b. Proses Keputusan Pembelian	35
2.6 Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Proses Pengambilan Keputusan konsumen	38
2.7 Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	39
2.8 Kerangka Berpikir	41
BAB 3. METODE PENELITIAN	43
3.1 Rancangan Penelitian	43
3.2 Metode Penentuan Lokasi Penelitian	43
3.3 Metode Penentuan Responden	43
3.4 Definisi Operasional	44
3.4.1 Bauran Promosi.....	44
3.4.2 Pengetahuan Konsumen.....	45
3.4.3 Proses Keputusan Konsumen Dalam Berbelanja.....	45
3.5 Jenis Data dan Sumber Data	45
3.5.1 Jenis Data	45
3.5.2 Sumber Data.....	46
3.6 Metode Pengumpulan Data	46
3.6.1 Metode Angket	46
3.6.2 Metode Dokumentasi	47
3.6.3 Metode Wawancara.....	47
3.7 Metode Pengolahan Data	47
1. Editing.....	47
2. Skoring.....	48
3. Tabulasi	48
3.8 Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	48
3.8.1 Uji Reliabilitas	49
3.9 Metode Analisis Data.....	50
3.9.1 Analisis Deskriptif	50

3.9.2 Analisis Inferensial.....	50
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Data Pendukung	54
4.1.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian	54
4.1.2 Gambaran Umum Responden	56
4.1.3 Gambaran Umum Indomaret	58
4.2 Data Utama	61
4.3 Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	61
4.3.1 Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	61
4.3.2 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	62
4.4 Analisis Deskriptif	63
4.5 Analisis Inferensial.....	69
4.5.1 Persamaan Garis Regresi Linier Berganda	69
4.5.2 Analisis Varian Garis Regresi.....	70
4.5.3 Efektifitas Garis Regresi (Koefisien Determinasi)	71
4.5.4 Uji F	72
4.5.5 Uji t	72
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	74
4.7 Kekuatan Dan Kelemahan Penelitian.....	79
4.7.1 Kekuatan Penelitian	79
4.7.2 Kelemahan Penelitian.....	79
BAB 5. PENUTUP	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran	81
DAFTAR BACAAN	83
LAMPIRAN-LAMPIRAN	86

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	52
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	58
Tabel 4.5 Jumlah Nilai Angket.....	61
Tabel 4.6 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas.....	62
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	62
Tabel 4.8 Rata-rata Nilai Angket X1.....	64
Tabel 4.9 Analisis Jawaban Responden Variabel X1.....	64
Tabel 4.10 Rata-rata Nilai Angket X2.....	66
Tabel 4.11 Analisis Jawaban Responden Variabel X2	67
Tabel 4.12 Rata-rata Nilai Angket Y.....	68
Tabel 4.13 Analisis Jawaban Responden Variabel Y	68
Tabel 4.14 Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda	70
Tabel 4.15 Rekapitulasi Analisis Varian Regresi.....	71
Tabel 4.16 Hasil Perhitungan Uji F.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	: Proses Keputusan Pembelian.....	36
Gambar 2.2	: Pengaruh Pengetahuan Terhadap Proses Keputusan.....	40
Gambar 2.3	: Kerangka Berpikir.....	41

DAFTAR LAMPIRAN

1.	Lampiran 1.....	86
2.	Lampiran 2.....	87
3.	Lampiran 3.....	88
4.	Lampiran 4.....	95
5.	Lampiran 5.....	96
6.	Lampiran 6.....	98
7.	Lampiran 7.....	99
8.	Lampiran 8.....	103
9.	Lampiran 9.....	106
10.	Lampiran 10.....	108
11.	Lampiran 11.....	113