



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN KARTU INDOSAT
(STUDI EMPIRIS PADA MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata Satu (SI) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muria Kudus

Diajukan Oleh :

NELA PRAHESTY NOOR

NIM : 2012-11-252

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2016

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN KARTU INDOSAT
(STUDI EMPIRIS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus, 2016

Mengetahui,

Ketua ProgDi

(NOOR AZIZ, SE, MM)
NIDN: 0609107501

Pembimbing I

Mengetahui,

Dekan

(Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs, MM) (RATIH HESTY UTAMI, SE, MM)
NIDN: 068066201 NIDN: 0624018301

Pembimbing II

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Musuh yang paling berbahaya diatas dunia ini adalah penakut dan bimbang. Teman yang paling setia, hanyalah keberanian dan keyakinan”

(Andrew Jackson)

“Ketika seseorang menyakitimu lagi dan lagi. Anggap saja mereka sebuah amplas yang menggosokan anda. Pada akhirnya anda akan bersih mengkilap dan ia akan habis tak berguna”

(Deddy Corbuzier)

“Tiadanya keyakinan yang membuat orang takut menghadapi tantangan, dan saya percaya padadiri saya sendiri”

(Muhammad Ali)

PERSEMBAHAN :

1. Untuk mami dan papi tercinta yang selalu mendampingi perjuanganku selalu mendengar keluh kesahku selalu ada do'a setiap ucapannya.
2. Untuk kekasihku yang selau menjadi tiang disaat aku terjatuh dan mulai rapuh.
3. Untuk sahabatku yang selalu memberi kritikan pedas demi menyemangatiku.
4. Untuk Almamater UMK

KATA PENGANTAR

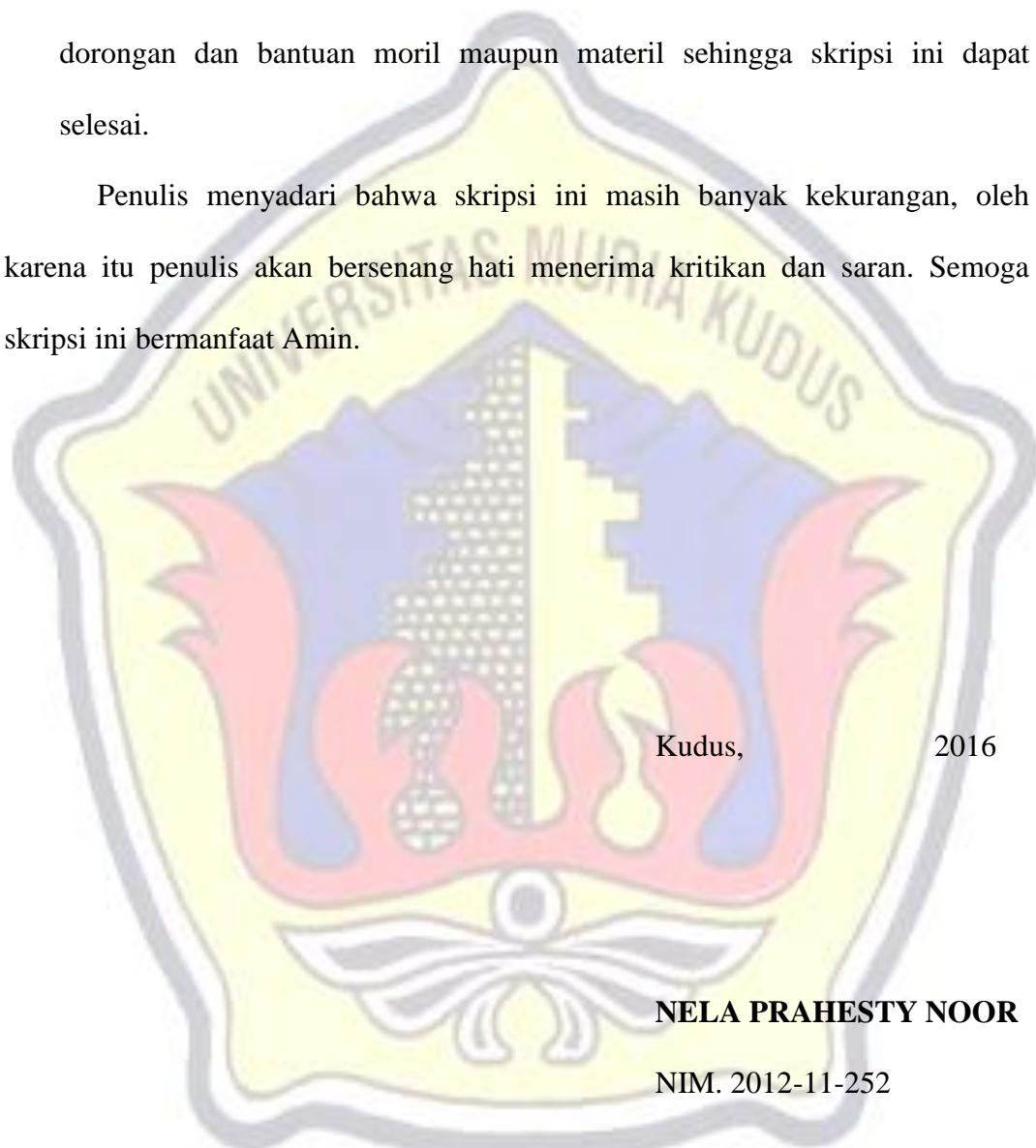
Segala puji bagi Allah SWT, atas limpahan rahmad yang tak ternilai serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul : **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN KARTU INDOSAT (STUDI EMPIRIS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MURIA KUDUS)”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak mendapatkan dorongan dan nasehat dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Muria Kudus sekaligus dosen pembimbing I yang telah memberikan ijin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi.
2. Ibu Ratih Hesty Utami, SE, MM, selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesaiannya penulisan skripsi ini.
3. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bekal ilmu kepada penulis.
4. Karyawan tatausaha Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak membantu hingga tersusunnya penulisan skripsi ini.

5. Kepada konsumen pengguna Indosat di Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus khususnya yang telah berkenan memberikan tanggapan atas kuesioner penelitian ini.
6. Kedua orang tuadan saudaraku yang telah memberikan bantuan do'a restu dorongan dan bantuan moril maupun materil sehingga skripsi ini dapat selesai.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis akan bersenang hati menerima kritikan dan saran. Semoga skripsi ini bermanfaat Amin.



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN KARTU INDOSAT
(STUDI EMPIRIS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

NAMA: NELA PRAHESTY NOOR
NIM : 2012 11 252

Pembimbing : 1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM
2. Ratih Hesty Utami, SE, MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Pemahaman tentang perilaku konsumen mutlak diperlukan, situasi pada saat sekarang ini perkembangan jaringan telekomunikasi berbasis GSM sangat pesat dan cepat membuat intensitas persaingan yang sangat tinggi, dan ini menjadi hal penting bagi para pemasar yang ingin tetap diterima konsumennya.

Penelitian ini bertujuan untuk : 1) Menganalisis pengaruh produk, harga, distribusi dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen kartu indosat di Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus secara parsial. 2) Menganalisis pengaruh produk, harga, distribusi dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen kartu INDOSAT di Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus secara berganda.

Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan kualitatif. Sampel yang dijadikan objek penelitian sebanyak 125 responden pengguna INDOSAT dan pengambilan data berupa wawancara dan kuesioner.

Sedangkan untuk pengolahan data dianalisis untuk uji validitas dan reabilitas memakai rumus *Alpha Cronbach* dengan menggunakan bantuan computer program SPSS 22 for windows.

Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Dari hasil analisis didapat bahwa variabel faktor produk, harga, distribusi dan promosi secara simultan / bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan (bermakna) terhadap keputusan pembelian konsumen kartu INDOSAT baik secara parsial maupun berganda.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran. Faktor produk, Harga, Distribusi, Promosi, dan Keputusan Pembelian.

**MARKETING MIX EFFECT (MARKETING MIX) ON CONSUMER
PURCHASE DECISION CARD INDOSAT
(STUDY EMPIRIS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

NAMA: NELA PRAHESTY NOOR
NIM : 2012 11 252

Pembimbing : 1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM
2. Ratih Hesty Utami, SE, MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRACT

Understanding of consumer behavior is absolutely necessary , the situation at the present time the development of telecommunication networks based on GSM very rapidly and quickly make the intensity of competition is very high , and it becomes important for marketers who want to remain acceptable consumers

This study aims to : 1) analyze the effect of the product , price , distribution and promotion of consumer purchasing decisions indosat card at the Faculty of Economics, Universitas Muria Kudus. 2) To analyze the effect of the product , price , distribution and promotion of consumer purchasing decisions INDOSAT card at the Faculty of Economics, University of Muria Kudus are multiple.

The design study is a quantitative and qualitative research . Samples were subjected to experiments as much as 125 respondents INDOSAT user and retrieval of data in the form of interviews and questionnaires . As for data processing were analyzed for validity and reliability using the formula of Alpha Cronbach with the help of computer program SPSS 22 for windows.

The analysis technique used is multiple linear regression . From the analysis results obtained that the variable factor of product , price , distribution and promotion simultaneously / together have a significant influence (significant) against the decision of the consumer pebelian INDOSAT card either partially or multiple.

Keywords : Marketing Mix . Factor product , price , distribution , promotion , and Purchase Decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
RINGKASAN/ ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
I.I. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Ruang Lingkup	5
1.3. Perumusan Masalah.....	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Kegunaan.....	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	7
2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2.2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	9
2.2.1. Kajian Tentang Bauran Pemasaran	9
2.3. Elemen Bauran Pemasaran.....	11

	Halaman
2.3.1. Produk.....	11
2.3.1.1. Tingkatan Produk	13
2.3.1.2. Komponen Produk.....	15
2.3.1.3. Pengertian Kualitas Produk.....	15
2.3.1.4. Indikator Kualitas Produk	15
2.3.2. Harga	17
2.3.2.1. Tujuan Penetapan Harga	18
2.3.2.3. Indikator Harga	20
2.3.3. Saluran Distribusi	20
2.3.3.1. Peran Saluran Distribusi.....	21
2.3.3.2. Tingkatan Saluran Distribusi.....	21
2.3.3.3. Sistem Saluran Distribusi	25
2.3.3.4. Indikator Saluran Distribusi	26
2.3.4. Promosi.....	27
2.3.4.1. Pengertian Bauran Promosi	28
2.3.4.2. Periklanan.....	29
2.3.4.3. Indikator Periklanan	30
2.3.5. Indikator Promosi Penjualan	35
2.3.6. Keputusan Pembelian	35
2.3.6.1. Proses Keputusan Pembelian	37
2.3.7. Indikator Keputusan Pembelian	40
2.4. Penelitian Terdahulu	40

	Halaman
2.5. Kerangka Pemikiran Teoritis	44
2.6. Hipotesis	46
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Rancangan Penelitian	47
3.2. Variabel Penelitian	47
3.3. Jenis dan Sumber Data	50
3.4. Populasi dan Sampel	50
3.5. Teknik Pengumpulan Data	52
3.5.1 Kuesioner (Angket)	52
3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas	52
3.6.1. Uji instrumen Validitas.....	52
3.6.2. Uji instrumen Reliabilitas.....	52
3.7. Pengolahan Data.....	53
3.7.1. Proses <i>Coding</i>	53
3.7.2. Proses <i>Scoring</i>	53
3.7.3. Tabulasi	53
3.8. Analisis Data	54
3.8.1. Analisis Deskriptif.....	54
3.8.2. Analisis Koefisien Determinasi.....	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	57
4.1.1. Sejarah Singkat	57

	Halaman
4.1.2. Visi & Misi Perusahaan.....	58
4.1.3. Struktur Organisasi.....	59
4.2. Uji Instrumen Penelitian.....	60
4.2.1. Uji Validasi.....	60
4.2.2. Uji Reliabelitas	62
4.3. Penyajian Data.....	63
4.3.1. Identitas Responden.....	63
4.3.2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel.....	66
4.4. Analisis Data	72
4.4.1. Analisis Regresi Berganda	72
4.4.2. Uji Hipotesis Parsial	75
4.4.3. Uji Hipotesis Berganda.....	78
4.4.4. Koefisien Determinasi	78
4.5. Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis	79
4.5.1 Pengaruh Produk (X_1).....	79
4.5.2. Pengaruh Harga (X_2)	80
4.5.3. Pengaruh Distribusi (X_3)	81
4.5.4. Pengaruh Promosi (X_4).....	81
4.6. Kajian Hasil Penelitian.....	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	84
5.2. Saran	85

Halaman

DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	89



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Hasil Penelitian Terdahulu.....	41
4.1. Tryout 25 responden Hasil Pengujian Validitas	61
4.2. Tryout 25 responden Hasil Pengujian Reliabilitas	62
4.3. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis kelamin..	64
4.4. Karakteristik Responden berdasarkan Usia	64
4.5. Karakteristik Responden berdasarkan Semester.....	65
4.6. Frekuensi Variabel Produk	66
4.7. Frekuensi Variabel Harga	68
4.8. Frekuensi Variabel Distribusi	69
4.9. Frekuensi Variabel Promosi.....	70
4.10. Frekuensi Keputusan Pembelian.....	71
4.11. Hasil Analisis Regresi dengan SPSS	72
4.12. Hasil Analisis Parsial	75
4.13. Hasil Analisis Berganda.....	78
4.14. Model Summary	79

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Pengertian Produk	12
2.2. Lima Tingkatan Produk.....	14
2.3. Proses Keputusan Pembelian	38
2.4. Kerangka Pemikiran.....	45
4.1. Struktur Organisasi PT. Indosat, Tbk.....	59
4.2. Penerapan Kerangka Penelitian.....	83

