

**ANALISIS PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WARUNG MAKAN
SATE SOLO PAK PARNO**

SKRIPSI

Oleh:

FANDIKA SURYA PUTRA

201910215171



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

**ANALISIS PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WARUNG MAKAN
SATE SOLO PAK PARNO**

SKRIPSI

Oleh:

FANDIKA SURYA PUTRA

201910215171



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap
Keputusan Pembelian Pada Warung Makan
Sate Solo Pak Parno

Nama : Fandika Surya Putra

No Pokok Mahasiswa : 201910215171

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 06 Desember 2023

Bekasi, 11 November 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing I



Dr. Ismaniah, S.Si., M.M.
NIDN 0309036503

Pembimbing II



Ratna Suminar S, S.T., M.M.
NIDN 0314047502

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap
Keputusan Pembelian Pada Warung Makan
Sate Solo Pak Parno

Nama : Fandika Surya Putra

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910215171

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 06 Desember 2023

Bekasi, 11 Desember 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Andi Turseno, S.T., M.T.
NIDN 0321057606

Penguji I : Iskandar Zulkarnaen, S.T., M.T.
NIDN 0312128203

Penguji II : Dr. Ismaniah, S.Si., M.M.
NIDN 0309036503

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Teknik Industri



Ir. Zulkani Sinaga, M.T.
NIDN 0331016905

Dekan
Fakultas Teknik



Dr. Tulus Sukreni, S.T., M.T.
NIDN 0324047505

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa, Skripsi saya yang berjudul:

“ANALISIS PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WARUNG MAKAN SATE SOLO PAK PARNO”

Ini benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung konten yang ditulis oleh individu lain, kecuali jika saya merujuk pada sumbernya dengan jelas sesuai dengan aturan penulisan ilmiah. Saya siap menerima konsekuensi yang berlaku di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya apabila ditemukan kecurangan dalam skripsi ini di masa depan.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk meminjam dan menggandakan skripsi ini. Saya juga memberikan izin untuk menyimpan dan mempublikasikan skripsi ini dalam format digital melalui internet, dengan syarat bahwa publikasi tersebut dilakukan melalui portal resmi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, 03 November 2023

Yang membuat pernyataan,



Fandika Surya Putra

201910215171

ABSTRAK

Fandika Surya Putra. 201910215171. Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Makan Sate Solo Pak Parno.

Penelitian ini menjelaskan penggunaan metode kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *marketing mix* terhadap keputusan pembelian dengan Analisis Regresi Linier Berganda. Rumusan masalahnya adalah seberapa besar pengaruh *marketing mix* yang terdiri dari produk, harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen secara parsial dan variabel mana yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *marketing mix* terhadap keputusan pembelian konsumen di Warung Makan Sate Solo Pak Parno secara parsial dan untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara pengisian kuisioner. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara sampling jenuh yaitu sampel dengan semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisa data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji multikorelasi, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji parsial, uji simultan, dan analisis koefisien determinasi. Hasil data menunjukkan bahwa nilai t hitung variabel harga $(27,735) > (1,980)$ sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima. Sedangkan t hitung variabel produk $(-2,376) < t$ tabel $(1,980)$ sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak, variabel lokasi $(1,241) < t$ tabel $(1,980)$ sehingga H_0 diterima dan H_3 ditolak. Dan promosi $(-0,608) < t$ tabel $(1,980)$ sehingga H_0 diterima dan H_4 ditolak. Artinya variabel harga secara parsial berpengaruh sedangkan variabel produk, lokasi dan promosi secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.

Kata kunci: *Marketing Mix* dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Fandika Surya Putra. 201910215171. *Analysis of the Influence of Marketing Mix on Purchasing Decisions at Pak Parno's Solo Sate Food Stall.*

This research explains the use of quantitative methods. This research aims to find out how much influence the marketing mix has on purchasing decisions using Multiple Linear Regression Analysis. The next formulation is how much influence the marketing mix consisting of product, price, location and promotion has on consumer purchasing decisions partially and which variables most dominantly influence purchasing decisions. This research aims to determine how much influence the marketing mix has on consumer purchasing decisions at Warung Makan Sate Solo Pak Parno partially and to find out which variables most dominantly influence purchasing decisions. The data collection technique is carried out by filling out a questionnaire. Sampling was carried out by means of saturated sampling, namely with all members of the population used as samples. The number of respondents was 100 people. The data analysis techniques used are validity test, reliability test, multicorrelation test, classical assumption test, multiple regression analysis, partial test, simultaneous test, and analysis of the coefficient of determination. The data results show that the t value of the price variable is $(27.735) > (1.980)$ so that H_0 is rejected and H_2 is accepted. Meanwhile, t_{count} of the product variable $(-2.376) < t_{\text{table}} (1.980)$ so that H_0 is accepted and H_1 is rejected, location variable $(1.241) < t_{\text{table}} (1.980)$ so that H_0 is accepted and H_3 is rejected. And promotion $(-0.608) < t_{\text{table}} (1.980)$ so H_0 is accepted and H_4 is rejected. This means that the price variable partially has an influence while the product, location and promotion variables partially have no influence on the purchasing decision variable.

Keywords: *Marketing Mix and Purchasing Decisions*

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fandika Surya Putra
Nomor Pokok Mahasiswa : 201910215171
Program Studi : Teknik Industri
Jenis Karya : ~~Skripsi / Tesis / Karya Ilmiah~~

Untuk pengembangan ilmu pengetahuan, saya setuju untuk memberikan skripsi ini kepada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Hak bebas Non-Eksklusif (*Non Exclusive Royalty-Free Right*), yang berjudul:

“ANALISIS PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WARUNG MAKAN SATE SOLO PAK PARNO”.

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya berhak menyimpan, mengalih fungsikan, mengelolanya dalam bentuk *database*, mendistribusi serta menyiarkan publikasinya di internet atau *platform* media lainnya untuk kepentingan akademis tanpa adanya izin dari saya sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : BEKASI

Pada Tanggal : 7 November 2023

Yang Menyatakan,



Fandika Surya Putra

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT, Rabb semesta alam, pencipta langit bumi, dan segala isinya. Hanya dengan petunjuk dan karunia Allah, skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Makan Sate Solo Pak Parno” ini dapat diselesaikan.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan dalam menempuh mata kuliah skripsi di Program Studi Teknik Industri Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dalam menyusun Proposal ini, tidak lupa peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT. atas segala rahmat-Nya dalam bentuk petunjuk dan juga pertolongan dikala penulis mengalami kesulitan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ayah dan Ibu saya yang selalu *support* serta mendoakan saya pada saat proses skripsi ini dibuat.
3. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Tulus Sukreni, S.T., M.T. Selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Bapak Ir. Zulkani Sinaga, M.T. Sebagai Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
6. Ibu Dr. Ismaniah, S.Si., M.M. Selaku Dosen Pembimbing I skripsi saya yang sudah membimbing serta memotivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
7. Ibu Ratna Suminar S, S.T., M.M. Sebagai Dosen Pembimbing II skripsi saya yang juga telah membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi dengan baik dan benar.
8. Bapak Arif Nuryono, S.T., M.T. Selaku Dosen Pembimbing Akademik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan dukungan selama berkuliah di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

9. Ilmi Nafiah sebagai pembakar semangat selain dari keluarga ketika sedang proses penyusunan skripsi ini.
10. Kepada teman-teman, yang telah *support* saya selama mengerjakan skripsi ini.
11. Dan terakhir kepada diri saya sendiri yang telah mampu berjuang melawan kemalasan untuk merampungkan skripsi ini beserta lika liku yang terjadi selama proses penyusunannya.

Peneliti menyadari masih banyak sekali kekurangan pada skripsi ini, mengingat ilmu pengetahuan yang dimiliki penulis masih terbatas yang perlu ada pengembangan lagi kedepannya. Adapun harapan dari penulis agar skripsi ini bisa memberikan manfaat kepada diri penulis sendiri maupun pembaca dari skripsi ini. Serta bisa dijadikan bahan referensi untuk para mahasiswa teknik industri semoga skripsi saya ini bisa menjadi masukan yang positif.



Bekasi, 07 November 2023

Fandika Surya Putra
201910215171

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR GRAFIK	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Perumusan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Tempat Penelitian	9
1.7 Metode Penelitian	9
1.8 Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Landasan Teori	11

2.1.1	Break Event Point (BEP)	11
2.1.2	Marketing mix (Bauran Pemasaran)	11
2.1.3	Lokasi	13
2.1.3.1	Strategi Lokasi	13
2.1.4	Produk	18
2.1.5	Promosi	20
2.1.6	Harga	22
2.1.7	Keputusan Pembelian	23
2.2	Kerangka Pemikiran Teoritik	28
2.3	Hipotesis Penelitian	33
2.4	Analisis Data	33
2.4.1	Uji instrument	34
2.5	Uji Asumsi Klasik	35
2.5.1	Uji Multikorelasi	35
2.5.2	Ujii Heterokedastisitas	36
2.5.3	Analisis Regresi Linier Berganda	36
2.5.4	Uji Statistik	37
2.6	Penelitian Terdahulu	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		41
3.1	Jenis Penelitian	41
3.2	Waktu dan Tempat Penelitian	41
3.3	Teknik Pengumpulan Data	41
3.4	Populasi dan Sampel	42
3.4.1	Populasi	42
3.4.2	Sampel	42
3.5	Teknik Pengolahan Data	42

3.6	Kuisisioner.....	43
3.7	Kerangka Berfikir	47
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		48
4.1	Gambaran Umum Subjek Penelitian Warung Makan Sate Solo Pak Parno.....	48
4.2	Data Responden	50
4.2.2	Jenis Kelamin Responden.....	50
4.2.3	Pekerjaan Responden.....	51
4.2.4	Usia Responden	52
4.3	Uji Analisis Regresi.....	53
4.3.1	Uji Validitas.....	53
4.3.2	Uji Reliabilitas	55
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	56
4.4	Uji Hipotesis	58
4.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda	58
4.4.2	Uji Parsial (Uji t).....	60
4.4.3	Uji Simultan (Uji F)	63
4.4.4	Analisis Koefisien Determinasi (r^2)	64
4.5	Pembahasan	64
BAB V PENUTUP.....		67
5.1	Kesimpulan	67
5.2	Saran	68
DAFTAR PUSTAKA		70
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Variabel	4
Tabel 1.2 Data Tetap	4
Tabel 1.3 Data Penjualan Perbulan Pada Tahun 2022	5
Tabel 1.4 Data Penjualan Tahun 2018-2022.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Data Rancangan Kuesioner.....	37
Tabel 3.2 Alternatif Jawaban Responden.....	38
Tabel 3.3 Variabel dan Indikator Penelitian.....	39
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	52
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	53
Tabel 4.3 Hasil Reliabilitas Statistics.....	54
Tabel 4.4 Uji Multikorelasi	54
Tabel 4.5 Uji Persamaan Regresi	56
Tabel 4.6 Uji Simultan	59
Tabel 4.7 Hasil Koefisien Determinasi	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Faktor Yang Mempengaruhi Harga.....	22
Gambar 2.2 Tahap Dalam Proses Keputusan.....	25
Gambar 2.3 Pemikiran Teoritik.....	33
Gambar 3.1 Kerangka Berfikir.....	47
Gambar 4.1 Uji Heterokedastisitas	55



DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik 1.1 Penjualan	4
Grafik 1.2 Perilaku Konsumen	5
Grafik 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	50
Grafik 4.2 Pekerjaan Responden.....	50
Grafik 4.3 Usia Responden.....	51



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 2 Karakteristik Responden
- Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 5 Biodata Mahasiswa
- Lampiran 6 Lembar Plagiarisme
- Lampiran 7 Lembar Bimbingan Skripsi

