

Analisa Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Harapan Bahagia Bekasi

SKRIPSI

**Oleh:
WAHYU HIDAYAH
201310325047**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2018**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisa Marketing Mix Terhadap Keputusan
Pembelian Perumahan Harapan Bahagia Bekasi
Nama Mahasiswa : Wahyu Hidayah
Nomor Pokok Mahasiswa : 201310325047
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Januari 2018

Bekasi, 24 Januari 2018

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II



Budi Indrawati, S.E., M.M.

NIP: 1103156



Don Haidy Abel, S.T., MBA&E

NIP: 031611058

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisa Marketing Mix Terhadap Keputusan
Pembelian Perumahan Harapan Bahagia Bekasi
Nama Mahasiswa : Wahyu Hidayah
Nomor Pokok Mahasiswa : 201310325047
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Januari 2018

Bekasi, 24 Januari 2018

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji

: Soehardi, P.h.D.
NIP: 1612275

Penguji I

: Drs. Syamsu Iskandar, M.M.
NIP: 1506233

Penguji II

: Budi Indrawati, S.E., M.M.
NIP: 1103156

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.
NIP: 1602212

Dekan
Fakultas Ekonomi



Dr. Rorim Panday, M.M., M.T.
NIP: 1508228

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul

Analisa Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Harapan Bahagia Bekasi.

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, 24 Januari 2018

Yang membuat pernyataan,



WAHYU HIDAYAH

201310325047

ABSTRAK

Nama : Wahyu Hidayah
NPM : 201310325047
Judul : Analisa Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Harapan Bahagia Bekasi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh marketing Mix yang terdiri dari produk, harga, promosi dan *place* terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilaksanakan pada Perumahan Harapan Bahagia, Kelurahan Bahagia, Kecamatan Babelan, Bekasi. Sebagai variabel dependennya adalah keputusan pembelian dan variabel independennya adalah produk, harga, promosi, dan *place*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan regresi linier berganda. Pengumpulan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Responden dalam penelitian ini adalah 81 konsumen Perumahan Harapan Bahagia Bekasi. Penelitian ini menggunakan alat bantu SPSS 17.0 sebagai alat analisis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *place* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci :

Produk, Harga, Promosi, *Place* dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Nama : Wahyu Hidayah

NPM : 201310325047

Judul : *Analysis of Marketing Mix Against Purchase Decision in Perumahan Harapan Bahagia Bekasi*

This research aimed to determine whether there is influence of influence Mix marketing consisting of product, price, promotion and place against the purchase decision. As the dependent variable is the purchase decision and the independent variables are product, price, promotion, and place. This research uses quantitative method with multiple linear regression. This research was conducted at Perumahan Harapan Bahagia, Kelurahan Bahagia, Babelan District, Bekasi. This research uses quantitative method. Sampling method used is purposive sampling. Respondents in this research are 81 consumers of Perumahan Harapan Bahagia Bekasi. This study uses SPSS 17.0 as an analytical tool.

The results showed that product variables does not have a significant influence on purchasing decisions, the price has a negative and significant effect on purchasing decisions, promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions, place has a positive and significant impact on purchasing decisions

Keywords :

Product, Price, Promotion, Place and Purchase decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, kepada penulis untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Atas berkat rahmat dan pertolongan Allah yang maha kuasa skripsi ini selesai tepat waktu. Penyusunan skripsi ini adalah salah satu syarat yang harus dipenuhi guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu, dan rasa hormat penulis hanturkan kepada :

1. Alm. H. Ismaun dan ibu Surati selaku orang tua yang selalu memberikan dukungan dan doa sehingga tercapai impian menjadi sarjana.
2. Bapak Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Dr. Rorim Panday, M.M., M.T. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Bapak M. Fadhli Nursal, S.E.,M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen.
5. Ibu Budi Indrawati, S.E.,M.M. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan banyak masukan dan arahan yang sangat berarti bagi penyusunan Tugas Akhir/Skripsi. Terimakasih atas waktu, tenaga dan semua ilmu yang telah diberikan kepada penulis.
6. Bapak Don Haidy Abel. S.T., M.Sc. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah mendidik dan memberikan ilmunya kepada penulis.
8. Seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara yang senantiasa membantu penulis dalam mengurus urusan administrasi.

9. Sudirman, Alfatih dan Malika, terimakasih terdalam kepada suami dan putra putriku atas do'a, pengertian dan dukungan dalam proses penulisan skripsi ini, dimana terkadang mengurangi waktu bersama.
10. Kakak dan Adik tersayang, yang telah memberikan do'a dan tetap memberikan semangat kepada penulis sampai terselesaikannya skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi semua pihak yang telah membaca, penulis dengan senang hati menerima saran dan kritik dari para pembaca untuk penyempurnaan skripsi ini.

Bekasi, 24 Januari 2018

Penulis,

WAHYU HIDAYAH



DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Batasan Masalah	11
1.6 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Teori Keputusan Pembelian	13
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	13
2.1.1.1 Tahapan Keputusan Pembelian	13
2.1.2 <i>Consumer Buying Decision Process</i>	16
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian	17
2.2 Bauran Pemasaran.....	18
2.2.1 Produk	18
2.2.1.1 Feature Produk	20
2.2.1.2 Level dan Hirarki Produk	23

2.2.1.3 Klasifikasi Produk	24
2.2.1.4 Strategi Produk	24
2.2.2 Harga	26
2.2.2.1 Indikator Harga	30
2.2.2.2 <i>The Importance of Price in Marketing</i>	30
2.2.2.3 Metode Penetapan Harga	32
2.2.3 Promosi	35
2.2.3.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Promosi	38
2.2.4 Place	40
2.2.5 Strategi Distribusi	41
2.3 Penelitian Terdahulu	43
2.4 Kerangka Berpikir 4P	45
2.4.1 Pengaruh Feature Produk Terhadap Keputusan Pembelian	46
2.4.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	46
2.4.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	48
2.4.4 Pengaruh Place Terhadap Keputusan Pembelian	48
2.4.5 Pengaruh Atribut Produk, Harga, Promosi, Place, Terhadap Keputusan Pembelian	50
2.5 Hipotesis	51
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	52
3.1 Desain Penelitian	52
3.2 Tahapan Penelitian	52
3.3 Model Konseptual Penelitian	53
3.4 Operasional Variabel	53
3.5 Tempat dan Waktu Penelitian	54
3.5.1 Tempat Penelitian	54
3.5.2 Waktu Penelitian	54
3.6 Metode Pengambilan Sampel	55
3.6.1 Populasi	55
3.6.2 Sampel	55
3.7 Metode Analisis Data.....	56

3.7.1 Pengujian Instrumen	56
3.7.1.1 Uji Validitas	56
3.7.1.2 Uji Reliabilitas s	57
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	58
3.7.2.1 Uji Normalitas	58
3.7.2.2 Uji Multikolinearitas	58
3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas	59
3.7.2.4 Uji Autokorelasi	59
3.8 Analisis Regresi Linear Berganda	60
3.8.1 Uji t (Uji Parsial)	50
3.8.2 Uji F (Uji Signifikasi Simultan)	61
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	62
4.1.1 Sejarah Perusahaan	62
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	62
4.1.3 Harga dan Type Perumahan Harapan Bahagia	63
4.1.4 Struktur Rumah	63
4.2 Analisis Responden.....	64
4.2.1 Penyebaran Kuesioner.....	64
4.2.2 Identitas Responden.....	65
4.3 Analisis Data.....	68
4.3.1 Uji Validitas	68
4.3.2 Uji Reliabilitas	72
4.4 Uji Statistik Data.....	75
4.4.1 Uji Normalitas	75
4.4.2 Uji Multikolinearitas	77
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	78
4.4.4 Uji Autokorelasi	79
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	79
4.6 Hasil Uji Hipotesis.....	81
4.6.1 Uji Parsial Variabel Bebas.....	81

4.6.2 Uji Secara Simultan (Uji F).....	83
4.7 Pembahasan.....	84
4.7.1 Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian	84
4.7.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	85
4.7.3 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	86
4.7.4 Pengaruh Place terhadap Keputusan Pembelian.....	87
BAB V KESIMPULAN DAN IMPILKASI MANAJERIAL	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Implikasi Manajerial	89

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Rekapitulasi Data Penjualan Tahun 2017	5
Gambar 1.2 Grafik Rekapitulasi Data Pembatalan Pembelian	7
Gambar 2.1 <i>Consumer Buying Decisions Process and Possible Influences on the Process</i>	17
Gambar 2.2 Keputusan Produk Individu	20
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir	45
Gambar 2.4 Marketing Mix 4P	40
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	52
Gambar 3.2 Model Konseptual	53
Gambar 4.1 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Pendidikan	66
Gambar 4.3 Diagram responden berdasarkan Usia.....	67
Gambar 4.4 Diagram responden berdasarkan Pekerjaan	68
Gambar 4.5 Hasil Analisis Heteroskedastisitas	78

DAFTAR LAMPIRAN

1.	Surat Riset
2.	Surat Balasan.....
3.	Gambar Rumah dan Peta Perumahan harapan Bahagia.....
4.	Price list Perumahan Harapan Bahagia
5.	Kuesioner
6.	Hasil Kuesioner.....
7.	Output SPSS.....
8.	Tabel Uji r
9.	Tabel Uji t
10.	Tabel Uji F
11.	Tabel Uji DW.....
12.	Kartu Bimbingan.....
13.	Uji Referensi Skripsi
14.	CV Singkat.....



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Rekapitulasi Data Penjualan Tahun 2017	4
Tabel 1.2	Rekapitulasi Data Pembatalan Unit Rumah Tahun 2017	6
Tabel 1.3	Ilustrasi Angsuran KPR Perbankan BTN Syariah Angsuran Flat Sampai Akhir Periode	8
Tabel 1.4	Ilustrasi Kredit KPR Rumah Dengan Suku Bunga Promosi (8,5% Pertahun) Perbankan BTN Konvensional	8
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	43
Tabel 4.2	Price List Perumahan Barapan Bahagia.....	63
Tabel 4.2	Proses Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner	64
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	66
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan Usia.....	67
Tabel 4.6	Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	69
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Produk (X1).....	70
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Harga (X2)	71
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Promosi (X3).....	71
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Place (X4)	72
Tabel.2.12	Hasil Uji Reabilitas Produk (X1)	73
Tabel 4.13	Hasil Uji Reliabilitas Harga (X2).....	73
Tabel 4.14	Hasil Uji Reliabilitas Promosi (X3)	74
Tabel 4.15	Hasil Uji Reliabilitas Place (X4)	74
Tabel 4.16	Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	74
Tabel 4.17	Hasil Uji Normalitas	75
Tabel 4.18	Hasil Analisis Multikolinearitas	77
Tabel 4.19	Hasil Analisis Autokorelasi	79
Tabel 4.20	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	80
Tabel 4.21	Hasil Uji R	80
Tabel 4.22	Hasil Analisis Uji T	81
Tabel 4.22	Hasil Analisis Uji Simultan	84