

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM PEMILIHAN PRODUK KSPPS
BMT AN NUUR DI SIMO BOYOLALI**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tunas Pembangunan
Surakarta

Oleh :

DINDA AYU ISTIQOMAH

NIM : C0116006

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN
SURAKARTA**

2020

Persetujuan Dosen Pembimbing

Surakarta,.....
Diterima dengan baik
Untuk dipertahankan
Pembimbing I

Pembimbing II



(Drs.M Nurhadi S, MM)
NIDN :0624105601



(Drs. Trio Handoko, MM)
NIDN : 0630055901

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM PEMILIHAN PRODUK KSPPS
BMT AN NUUR DI SIMO BOYOLALI**

Oleh

Dinda Ayu Istiqomah

NIM. C0116006

Skripsi Telah Dipertahankan dan Diterima Dengan Baik Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Tunas Pembangunan Surakarta

Tanggal :31 Agustus 2010

Tempat : Universitas Tunas Pembangunan Surakarta

Dewan Penguji

1. Drs. Suyamto, MM
2. Dra. Sriwijastuti, MM
3. Drs. Trio Handoko, M.M

Tanda Tangan :

(Ketua)

(Sekretaris)

(Anggota)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Tunas Pembangunan

Surakarta

(Drs. Trio Handoko, M.M)

NIDN : 0639055901



LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi dengan judul : **PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMILIHAN PRODUK KSPPS BMT AN NUUR DI SIMO BOYOLALI** adalah karya saya sendiri dan tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan atas karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan tata etika ilmiah yang berlaku dalam masyarakat akademik atau yang disebut plagiarisme.
2. Hak intelektual atas karya ilmiah ini saya serahkan sepenuhnya kepada Universitas Tunas Pembangunan Surakarta.

Atas pernyataan ini, apabila dikemudian hari ditemukan ketidakbenaran atas skripsi yang saya tulis, saya bersedia menanggung sanksi yang diberikan kepada saya.

Surakarta,.....

Penulis

Dinda Ayu Istiqomah

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Ikuti Passionmu, itu akan menuntunmu ke tujuanmu “

-Oprah Winfrey -

“Sukses adalah saat persiapan dan kesempatan bertemu”

-Bobby Unser-

“Jangan Biarkan hari kemarin merenggut banyak hal hari ini”

-Will Rogers-

Karya ini kupersembahkan

untuk :

1. Kedua orang tua
2. Keluarga
3. Teman seperjuangan
4. Almamaterku

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji bagi Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, karunia, serta petunjuk Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pemilihan Produk KSPPS BMT AN NUUR di Simo Boyolali”** ini dapat diselesaikan dengan baik. Sholawat serta salam selalu kita panjatkan kepada Rosul kita Nabi Muhammad SAW, semoga syafaatnya selalu melimpah kepada kita semua.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi prodi Manajemen di Universitas Tunas Pembangunan Surakarta. Dengan terselesaikannya skripsi ini, penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Tresna Priyana Soemardi, S.E, M.S., selaku Rektor Universitas Tunas Pembangunan Surakarta.
2. Drs. Trio Handoko, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tunas Pembangunan Surakarta.
3. M. Nurhadi Sulistyono, Drs. MM selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tunas Pembangunan Surakarta.
4. Drs. Trio Handoko, M.M selaku Pembimbing I yang selalu memberikan motivasi dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini sehingga penyelesaian skripsi ini dapat berjalan dengan lancar dan tepat waktu.
5. M. Nurhadi Sulistyono, Drs. MM selaku Pembimbing II yang penuh kesabaran telah memberikan bimbingan, masukan dalam penyusunan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Seluruh anggota atau nasabah di KSPPS BMT AN NUUR Simo Boyolali yang telah berpartisipasi dalam penelitian.
7. Bapak Ibu Dosen dan karyawan Manajemen FEB UTP yang selama ini telah membimbing, memberikan nasihat dan kesempatan kepada penulis untuk mengambil pelajaran.

8. Berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Penulis mengucapkan rasa terimakasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu, semoga Allah membalas semua kebaikan yang telah diberikan. Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, harapan penulis adalah agar skripsi ini dapat menjadi karya yang memberikan manfaat bagi pembaca dan pengembangan ilmu.

Surakarta,.....

Dinda Ayu I.

ABSTRAK

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMILIHAN PRODUK KSPPS BMT AN NUUR DI SIMO BOYOLALI

Oleh

Dinda Ayu Istiqomah

NIM. C0116006

Tujuan penelitian ini adalah : (1) Untuk mengetahui apakah bauran pemasaran mempengaruhi keputusan konsumen dalam pemilihan produk di KSPPS BMT AN NUUR. (2) Untuk mengetahui manakah diantara bauran pemasaran yang paling mempengaruhi keputusan konsumen dalam pemilihan produk di KSPPS BMT AN NUUR.

Penelitian dilakukan di daerah Simo Boyolali yang diutamakan adalah anggota/nasabah dari KSPPS BMT AN NUUR. Penelitian dilakukan di Simo karena anggota/nasabah mayoritas masyarakat Simo. Populasi penelitian ini adalah nasabah KSPPS BMT AN NUUR dengan mengambil sampel sebanyak 40 responden.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah : (1) Apakah bauran pemasaran dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam pemilihan produk di KSPPS BMT AN NUUR? (2) Manakah diantara bauran pemasaran (produk, tempat distribusi, harga dan promosi) yang mempunyai hubungan paling kuat dengan keputusan konsumen dalam pemilihan produk KSPPS BMT AN NUUR?

Hasil kesimpulannya produk dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan produk KSPPS BMT AN NUUR, sedangkan tempat dan harga tidak

berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan produk KSPPS BMT AN NUUR.

Kata kunci : Produk, Harga, Tempat, Promosi, Keputusan Konsumen

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF MARKETING MIX ON CUSTOMER'S DECISION IN SELECTING THE PRODUCT OF KSPPS BMT AN NUUR IN SIMO BOYOLALI

By

Dinda Ayu Istiqomah

NIM. C0116006

The objectives of this study are: (1) To see whether the marketing mix influences consumer decisions in product selection at KSPPS BMT AN NUUR. (2) To find out which of the marketing mix most influences consumer decisions in product selection at KSPPS BMT AN NUUR.

The research was conducted in the Simo Boyolali area where members / customers of the KSPPS BMT AN NUUR were prioritized. Research was conducted in Simo because members / customers are the majority of the Simo community. The population of this study were customers of KSPPS BMT AN NUUR by taking a sample of 40 respondents.

The formulation of the problems in this study are: (1) Can the marketing mix influence consumers' consumer decisions in product selection at KSPPS BMT AN NUUR? (2) Which of the marketing mix (product, distribution place, price and promotion) has the strongest relationship with consumer decisions in the selection of KSPPS BMT AN NUUR products?

The results of the conclusion that products and promotions have a significant effect on consumer decisions in product selection KSPPS BMT AN NUUR, while place and price have no significant effect on consumer decisions in product selection KSPPS BMT ANUUR.

Keyword : product, price, place, promotion, consumer decisions

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian.....	3
E. Sistematika Skripsi.....	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
A. Tinjauan Pustaka.....	6
1. Pengerian marketing mix.....	6
2. Perilaku konsumen	13
3. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.....	14
4. Keputusan konsumen.....	17

	B. Penelitian Terdahulu.....	18
	C. Kerangka Pemikiran.....	19
	D. Hipotesis.....	20
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	22
	A. Ruang lingkup penelitian.....	22
	B. Variabel penelitian.....	22
	C. Sumber data.....	22
	D. Teknik pengumpulan data.....	23
	E. Populasi dan sampel.....	23
	F. Teknik penganalisaan data.....	24
BAB IV	GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	29
	A. Sejarah Singkat KSPPS BMT AN NUUR.....	29
	B. Struktur Organisasi.....	30
	C. Produk dan Aplikasi Akad.....	32
BAB V	ANALISIS DATA.....	34
	A. Responden.....	34
	B. Hasil Uji Instrumen.....	45
	C. Pembahasan.....	46
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN.....	48
	A. Kesimpulan.....	48
	B. Saran.....	48
	DAFTAR PUSTAKA.....	50

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel V.1	Deskripsi Frekuensi Responden berdasarkan jenis kelamin.34
Tabel V.2	Deskripsi Frekuensi Responden berdasarkan usia.....34
Tabel V.3	Deskripsi Frekuensi Responden berdasarkan pendidikan terakhir.....35
Tabel V.4	Deskripsi Frekuensi Responden berdasarkan pekerjaan.....35
Tabel V.5	Deskripsi Frekuensi Responden berdasarkan penghasilan...35
Tabel V.6	Hasil uji validitas variabel produk.....36
Tabel V.7	Hasil uji validitas variabel harga.....37
Tabel V.8	Hasil uji validitas variabel tempat.....37
Tabel V.9	Hasil uji validitas variabel promosi.....38
Tabel V.10	Hasil uji validitas variabel keputusan konsumen.....38
Tabel V.11	Hasil uji reliabilitas.....39
Tabel V.12	Hasil uji normalitas.....40
Tabel V.13	Hasil uji multikolonieritas.....40
Tabel V.14	Hasil uji heterokedatisitas.....41
Tabel V.15	Hasil uji regresi linier berganda.....42
Tabel V.16	Hasil uji t.....44
Tabel V.17	Hasil uji F.....45

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Tahap proses keputusan pembelian.....	17
Gambar 2 Sistematika kerangka pemikiran.....	20