

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN SARI
BUAH PADA LABORATORIUM HOME AGROINDUSTRI
MODEL MALANG**

SKRIPSI



Oleh

**IMAM NAWAWI
NIM: 08510070**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2013**

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN SARI
BUAH PADA LABORATORIUM HOME AGROINDUSTRI
MODEL MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Kepada :
Universitas Islam Negeri (UIN)
Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh

**IMAM NAWAWI
NIM: 08510070**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2013**

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN SARI
BUAH PADA LABORATORIUM HOME AGROINDUSTRI
MODEL MALANG**

Oleh

**IMAM NAWAWI
NIM: 08510070**

Telah Disetujui 04 Juli 2013

Dosen Pembimbing,

**Dr. H. Nur Asnawi, MA.
NIP 19711211199903 1 003**

Mengetahui:

Ketua Jurusan

**Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si
NIP 19720212 200312 1 003**

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN SARI
BUAH PADA LABORATORIUM HOME AGROINDUSTRI
MODEL MALANG

SKRIPSI

Oleh
IMAM NAWAWI
NIM: 08510070

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada 05 Juli 2013

Susunan Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Ketua Penguji <u>M. Fatkhur Rozi, SE., MM.</u> NIP 19760118 200912 1 000	: ()
2. Sekretaris/Pembimbing <u>Dr. H. Nur Asnawi., MA</u> NIP 19711211 199903 1 003	: ()
3. Penguji Utama <u>Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.Ag</u> NIP 19620115 199803 1 001	: ()

Disahkan oleh :
Ketua Jurusan,

Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, SE, M.Si
NIP 19720212 200312 1 003

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Imam Nawawi
NIM : 08510070
Alamat : Dsn. Kradenan RT - 03 RW - 01, Jetis - Ponorogo

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN SARI BUAH PADA LABORATORIUM HOME AGROINDUSTRI MODEL MALANG

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab dari Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan saya buat sendiri dengan sebenar-benarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 5 Juli 2013
Hormat Saya,

Imam Nawawi
08510070

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Data Pribadi

Nama Mahasiswa : Imam Nawawi
Tempat, tanggal lahir : Ponorogo, 20 Desember 1986
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Status Perkawinan : Belum Menikah
Alamat Asal : Dsn. Kradenan RT – 01 RW – 03 Jetis - Ponorogo
Telepon : 081515511700

II. Pendidikan

1992-1994 : RA KRADENAN
1994-2000 : SND.KRADENANA
2000-2003 : MASS.TSANAWIYAH TEBUIRENG JOMBANG
2003-2006 : MASS. ALIYAH TEBUIRENG JOMBANG
2008-2013 : S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim
Malang
2004-2005 : New English Club (NEC) JOMBANG
2006-2008 : Harvad English club Pare, BEC Pare, Mahesa Pare

III. Pengalaman Organisasi

PP. TEBUIRENG JOMBANG : Ketua bahasa inggris 2004 -2006
PMII Rayon ekonomi “MOCH. HATTA” : Departemen Gerakan 2009-2010
SEMA Fakultas Ekonomi : Sekretaris 2011-2012

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya, apabila dikemudian hari terbukti tidak benar maka saya bersedia menanggung segala resikonya.

Malang, 05 Juli 2012

Imam Nawawi

MOTTO

يَرْفَعُ يَنْ وَالَّذِينَ

*Artinya : “Allah meninggikan orang-orang yang beriman diantara kamu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat”
(Q.S. al-Mujadilah: 11).*

*Berangkat dengan penuh keyakinan
Berjalan dengan penuh keikhlasan
Istiqomah dalam menghadapi cobaan
“ YAKIN, IKHLAS, ISTIQOMAH “*

LEMBAR PERSEMBAHAN

Syukur Alhamdulillahrabbi ‘Aalamiin segal puja dan puji bagi Allah SWT. atas segala nikmat serta limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. beserta keluarga dan para sahabatnya.

Dengan terselesaikannya Skripsi ini, penulis persembahkan untuk kedua orang tua penulis, yang telah ikhlas mendo’akan, mengorbankan tenaga, dan pikiran, serta hartanya untuk mengasuh, mendidik, memberi dukungan, dan nasehat pada penulis demi kebahagiaan dan kesuksesan penulis.

Penulis persembahkan pula untuk adik tersayang, zukfihar Hamzah Agus Trilaksno semoga kelak dapat menjadi orang yang berguna didunia dan akhirat, dan jagan bosan-bosan dalam menuntut ilmu.

Penulis persembahkan pula untuk para ki yai dan ustadz yang telah ikhlas mengajarkan ilmunya pada penulis, semoga amal shalih beliau diterima oleh Allah dan selalu mendapatkan limpahan Rahmat serta Kenikmatan dari-Nya.

Skripsi ini juga penulis persembahkan untuk seseorang yang telah memberikan dukungan, nasihat, dan inspirasi pada penulis, semoga Allah senantiasa melimpahkan Rahmat dan Kenikmatan untuknya. Semoga apa yang menjadi harapan dan cita-cita kita senantiasa mendapat ridho dari-Nya

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, Alhamdulillah. Segala puji dan syukur terpanjatkan kehadirat Allah SWT. Tuhan pencipta segala sesuatu yang ada di muka bumi ini dan seluruh isi alam semesta yang telah memberikan kenikmatan kepada kita, baik itu secara jasmani maupun rohani. Berkat rahmat dan hidayah-Nya pula, peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Sari Buah Pada Laboratorium Home Agroindustri Model” dengan baik. Sholawat serta salam tercurah kepada pimpinan Islam yang telah membawa sinar kecemerlangan Islam yaitu Nabi Muhammad Saw beserta keluarga dan sahabat- sahabatnya yang telah membimbing umat kearah jalan yang benar.

Tentunya peneliti ini tidak terlepas dari dukungan dan sumbangan pemikiran dari segenap pihak yang peneliti rasakan selama ini atas jasa-jasanya yang diberikan secara tulus ikhlas, baik materi maupun spiritual dalam usaha mencari kesempurnaan dan manfaat dari penelitian skripsi ini, tak lupa peneliti menyampaikan rasa hormat, ungkapkan rasa terima kasih serta penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M.Si, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang.
2. Bapak Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang

3. Bapak Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, SE, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang
4. Bapak Dr. H. Nur Asnawi MA, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan membimbing serta memberikan pengarahan dan motivasi, sehingga skripsi ini dapat tersusun.
5. Bapak Dr. H. Muhtadi Ridwan MA. Selaku motivator yang selalu memberi semangat untuk terus maju.
6. Para dosen dan staf Fakultas Ekonomi, Universitas IslamNegeri Maulana Malik Ibrahim Malang, yang telah memberikan semangat dan motivasi untuk bisa meraih cita – cita dan masa depan yang cerah.
7. Bapak, Ibu yang paling tercinta, serta semua keluarga besarku yang selalu memberikan do'a restu, dukungan baik moral maupun spiritual dan yang setiap waktu bersujud dan berdo'a demi kelancaran penelitian skripsi ini hingga tercapainya cita – cita peneliti.
8. KH. Agus Ali Fikri dan Kyai Miad Imaduddin, selaku guru yang selalu memberi doa dan nasihat untuk selalu berusaha menjadi lebih baik.
9. Bayu Andri (Jerry), Abdhul Ghoni Adzim, Saifudin Zuhri, Putra Yuha, Baharil Ilmi, Fathru Rahman, Nanang P, Nidhom Asrori (Kamad), Ali Ridho (Djuwed), Misbahul Munir (Samohung), dulur-dulur KWAT dan KUMAT, sahabat/i PMII Rayon Ekonomi “Moch. Hatta” serta rekan-rekan “Natural Coffe”, yang telah memberikan semangat dan waktu untuk membantu terlaksananya penelitian skripsi ini.

10. Teman-teman seperjuangan mahasiswa Jurusan Manajemen periode 2008, yang selalu member motivasi dan memahami dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Dan semua pihak yang telah memberikan sumbangan baik berupa tenaga maupun pikiran yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu semoga semua bantuan kalian mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Semoga Allah SWT berkenan memberikan balasan yang setimpal kepada beliau-beliau sesuai dengan amal yang telah diberikan kepada peneliti. Tidak mengurangi rasa hormat dan dengan rendah hati peneliti menyadari masih banyak kekurangan yang disebabkan terbatasnya kemampuan yang peneliti miliki, atas kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat peneliti harapkan.

Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memberikan nilai guna bagi peneliti khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Amin Ya Robbal'Alamin.

Walhamdulillahirobbil'alamiin.

Malang, 06 Juli 2013

Peneliti

ABSTRAK

Nawawi, Imam. 2013. SKRIPSI. Judul:“ Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Sari Buah Pada Laboratorium Home Agroindustri Model”

Pembimbing : Dr. H. Nur Asnawi, MA.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran dan Keputusan Pembelian

Latar belakang penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk minuman buah di Laboratorium Home Agroindustri Model Malang. Karena pada dasarnya perusahaan tidak dapat mengoptimalkan operasional industry tanpa suatu strategi tertentu. Maka dari itu bauran pemasaran diperlukan dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Variabel independen yang diteliti yaitu: Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3), Distribusi (X4), dengan variabel dependen yaitu keputusan pembelian konsumen pada minuman sari buah . Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (Produk, Harga, Promosi, Distribusi) terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian) digunakan analisis regresi berganda dengan metode analisa uji t dan uji F. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 80 responden konsumen minuman sari buah malang. Sedangkan pengambilan sampel menggunakan teknik random sampling yang merupakan pemilihan sampel secara acak. Uji yang digunakan untuk menguji instrumen penelitian berupa uji validitas dan uji realibilitas. Uji hipotesis menggunakan uji F dan uji t, sedangkan untuk menganalisis data, yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil analisis regresi berganda diperoleh persamaan:

$$Y = 0,277 + 0,574X_{1,1} + 0,327X_{1,2} + 0,591X_{1,3} + 0,462X_{1,4} + 0,05$$

Dari hasil analisis regresi linear berganda diperoleh hasil bahwa variabel produk (X₁), harga (X₂), promosi (X₃), dan distribusi (X₄) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) minuman sari buah pada Laboratorium Home Agroindustri Model secara linear. Dan variabel yang paling berpengaruh adalah produk (X₁) dengan koefisien sebesar 5,71%. Nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,620, artinya 62% keputusan pembelian minuman sari buah tersebut dipengaruhi oleh variabel bauran pemasaran, sedangkan sisanya yaitu 38% dipengaruhi oleh variabel lain. Melalui uji F dapat diketahui bahwa seluruh variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis menggunakan uji T menunjukkan bahwa dari keempat variabel independen terbukti secara signifikan berpengaruh terhadap variabel dependen.

ABSTRACT

Nawawi, Imam. 2013. Thesis. Title: "Analysis of Marketing Mix Influence Purchasing Decisions Against Fruit Juice Beverages in Home Agro Laboratory Model"

Supervisor : Dr. H. Nur Asnawi, MA.

Keywords : Marketing Mix and Purchase Decision

The background of this study aims to determine the effect of the marketing mix on consumer purchasing decisions in buying fruit beverage products in Laboratory Model Home Agroindustri Malang. Because, basically, firms are not able to serve operational industry without a specific strategy, The marketing mix needed in order to increase consumer purchasing decisions.

Independent variables studied are: the marketing mix (X) consisting of the product (X1), price (X2), promotion (X3), and distribution (X4), the dependent variable is the consumer purchase decision fruit drinks in Laboratory Model Home Agro Malang. This study use sample of 80 respondents in the area of consumer Laboratory Model Home Agro Malang. The test is used to test the research instrument in the form of test validity and reliability test. Hypothesis testing using the F test and T test, and for analyzing the data, which is used is multiple regression analysis.

The results showed that based on the results of multiple regression analysis Equation:

$$Y = 0,277 + 0,574X_{1,1} + 0,327X_{1,2} + 0,591X_{1,3} + 0,462X_{1,4} + 0,05$$

From the results of multiple linear regression analysis result that product variable (X1), price (X2), promotion (X3), and distribution (X4) influence on purchase decisions fruit juice (Y) on the Laboratory Model Home Agro is linear. And the most influential variable is the product (X1) with a coefficient of 51.7%. The coefficient of determination (R²) of 0.620, meaning that 62% fruit juice beverage purchase decisions are influenced by marketing mix variables, while the remaining 38% is influenced by other variables. Through the F test can be seen that all the independent variables are simultaneously influence the dependent variable. Hypothesis testing using T test showed that of the four independent variables found to significantly affect the dependent variable

2013. : "تحليل تأثير قرارات الشراء ضد التسويق مزيج عصير الفاكهة
يشرب في المنزل الزراعية مختبر الموديل"
:
مزيج التسويق وقرار الشراء

يهدف خلفية هذه الدراسة لتحديد تأثير المزيج التسويقي على المستهلك قرارات الشراء في
المشروبات الفاكهة في مختبر الصناعات الزراعية الموديل الرئيسية مالانج . لأنه، في الأساس، وشركات
زيادة الشرائية للمستهلك. وهناك المزيج التسويقي
: (X1) ، والترويج (X2)، توزيع (X3)، توزيع (X4)
هو المستهلك عصير فواكه . ()
() والترويج، هي توزيع) F هذه ()
المستهلكين 80 T F
عصير الفاكهة . T F
أظهرت أنها :
$$Y = 0,277 + 0,574X_{1,1} + 0,327X_{1,2} + 0,591X_{1,3} + 0,462X_{1,4} + 0,05$$

: (X1) ، والترويج (X2) ، توزيع (X3) ، توزيع (X4)
عصير فواكه (Y) هو (X1) 5,71%
الموديل الرئيسية هو . وهذا 62%
عصير الفاكهة 38%
متغيرات F
يظهر

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
MOTTO	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kajian Teoritis	16
2.2.1 Pengertian Pemasaran	16
2.2.2 Konsep Pemasaran	17
2.2.3 Bauran Pemasaran	18
2.2.4 Keputusan Pembelian	22

2.2.5	Pandangan Islam terhadap Bauran Pemasaran	26
2.3	Kerangka Berfikir	32
2.4	Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN		33
3.1	Lokasi penelitian	33
3.2	Jenis dan Pendekatan Penelitian	33
3.3	Populasi dan Sampel.....	34
3.4	Tekhnik Pengambilan Sampel	34
3.5	Data dan Jenis Data	35
3.6	Tekhnik Pengumpulan Data	36
3.7	Definisi Operasional Variabel	38
3.8	Tekhnik Analisis Data	40
3.8.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	40
3.8.2	Uji Asumsi Klasik	42
3.8.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
3.8.4	Uji Hipotesis.....	45
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN		49
4.1	Gambaran Umum Laboratorium Home Agroindustri Model	49
4.1.1	Sejarah Industri	49
4.1.2	Visi dan Misi	50
4.1.3	Tujuan Laboratorium Home Agroindustri Model	50
4.1.4	Rencana Strategi.....	51
4.1.5	Struktur Organisasi Industri	52

4.1.6	Ruang Lingkup Industri	56
4.1.7	Tata Letak Laboratorium Home Agroindustri Model ...	57
4.1.8	Proses Industri	59
4.1.9	Pelayanan Jasa.....	60
4.2	Hasil Penelitian	64
4.2.1	Gambaran Umum Responden	64
4.2.2	Karakteristik Responden	64
4.2.3	Analisis Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	69
4.2.4	Uji Asumsi Klasik	71
4.2.5	Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
4.3	Pengujian Hipotesis	78
4.3.1	Uji Signifikansi Simultan (F)	78
4.3.2	Uji Signifikansi Parsial (T)	79
4.3.3	Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)	81
4.3.4	Uji Indikator Dominan	82
4.3.5	Pembahasan dan Relevansi Hasil Penelitian.....	83
4.3.6	Pembahasan Bauran Pemasaran Menurut Islam	83
BAB V PENUTUP.....		94
5.1	Kesimpulan.....	94
5.2	Saran	94
DAFTAR PUSTAKA		96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar 4.2 Tata Letak Ruang Produksi Laboratorium Home Industri Model

Gambar 4.3 Produk Laboratorium Home Industri Model

DAFTAR TABEL

- Tabel 1.1 Produk Agriseta tahun 2013
- Tabel 1.2 Harga Minuman Agriseta Tahun 2013
- Tabel 1.3 Data Penjualan
- Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu
- Tabel 2.2 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang
- Tabel 3.1 Skala Likert
- Tabel 3.2 Tabel Indikator Variabel
- Tabel 4.1 Hasil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
- Tabel 4.2 Hasil Responden Berdasarkan Usia
- Tabel 4.3 Hasil Responden Berdasarkan Pekerjaan
- Tabel 4.4 Hasil Responden Berdasarkan Pendapatan
- Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Indikator Produk (X_1)
- Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Indikator Harga (X_2)
- Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Indikator Promosi (X_3)
- Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Indikator Distribusi (X_4)
- Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Indikator Keputusan Pembelian (Y)
- Tabel 4.10 Hasil Uji Asumsi Non-Multikolonieritas
- Tabel 4.11 Hasil Uji Asumsi Non-Autokorelasi
- Tabel 4.12 Hasil Uji Asumsi Heteroskedastisitas
- Tabel 4.13 Hasil Uji Asumsi Normalitas
- Tabel 4.14 Hasil Uji Asumsi Linieritas
- Tabel 4.15 Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 4.16 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Tabel 4.17 Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji T)

Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.19 Hasil Indikator Dominan