

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN MELAKUKAN PEMBELIAN PADA SAMBAL PECEL
KARUNIA BLITAR**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi sebagai syarat dalam mencapai
gelar Sarjana Manajemen (S.M.)



Disusun oleh :

Nama : Binti Yunita Rodiananda

NIM 19211006

Dosen Pembimbing : Dr. Sandi Eka Suprajang, SE., MM.

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI KESUMA NEGARA
KOTA BLITAR**

2022

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini Dosen Pembimbing dari:

Nama : Binti Yunita Rodiananda

NIM : 19211006

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi :

**PENGARUH BAHAN PEMASARAN (7P) TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN MELAKUKAN PEMBELIAN PADA SAMBAL PECEL
KARUNIA BLITAR**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini telah melalui bimbingan sejak tanggal 30 Mei 2022 sampai 1 Agustus 2023 dan memberikan persetujuan atas skripsi ini untuk diuji di depan dewan penguji skripsi.

Demikian persetujuan saya berikan sebagai syarat untuk mengikuti Ujian Komprehensif bagi mahasiswa yang tersebut diatas.

Blitar, 1 Agustus 2023

Pembimbing,



Dr. Sandi Eka Suprajang, SE., MM.

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Nama : Binti Yunita Rodiananda
NIM : 19211006
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi :

PENGARUH BAURAN PEMASARAN (7P) TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MELAKUKAN PEMBELIAN PADA SAMBAL PECEL KARUNIA BLITAR

Dengan ini menyatakan bahwa hasil Skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya.

Apabila ternyata dikemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Blitar, 1 Agustus 2023

Penulis,



Binti Yunita Rodiananda

SAMBAL PECEL
" KARUNIA " "SAMBAL PECEL KARUNIA"
DESA BANJARJO KECAMATAN NGLEGOK KABUPATEN
BLITAR

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : H. Farid
Jabatan : Pemilik Sambal Pecel Karunia Blitar
Tempat Penelitian : Industri Sambal Pecel Karunia Blitar
Alamat : Desa Banjarjo, Kecamatan Nglegok Kabupaten Blitar

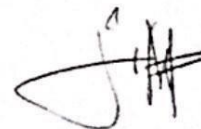
Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Binti Yunita Rodiananda
NIM : 19211006
Jurusan : Manajemen
Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar

Telah melakukan penelitian di industri kami dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul:
**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (7P) TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
MELAKUKAN PEMBELIAN PADA SAMBAL PECEL KARUNIA BLITAR**

Sejak 1 september 2022 sampai dengan 31 November 2022 dan telah membahas materi hasil penelitiannya dengan kami.

Blitar, 1 Agustus 2023



Farid

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

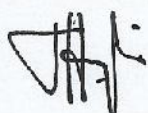
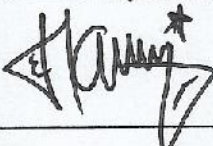
**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (7P) TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
MELAKUKAN PEMBELIAN PADA SAMBEL PECEL KARUNIA BLITAR**

Yang disusun oleh :

Nama : **Binti Yunita Rodiananda**
NIM : **19211006**
Jurusan : **Manajemen**
Program Studi : **Manajemen**

Telah diuji pada tanggal **31 Agustus 2023**

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

No	Nama	Kedudukan	Tanda Tangan
1.	Dr. Iwan Setya Putra, SE, Ak, MM	Penguji I	
2.	Dr. Siti Sunrowiyati, SE, MM	Penguji II	
3.	Dr. Sandi Eka Suprajang, SE, MM	Penguji III	

Telah dinyatakan lulus pada tanggal **11 Oktober 2023**

Mengetahui,

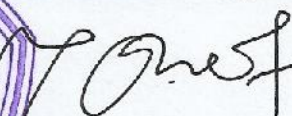
Ketua Program Studi Manajemen



(**Tanto Askriyandoko Putro, SE, MM**)



Ketua Dewan Penguji,



(**Dr. Iwan Setya Putra, SE, Ak, MM**)

ABSTRAKSI

Pengaruh Bauran Pemasaran 7P terhadap keputusan konsumen melakukan pembelian pada Sambal Pecel Karunia Blitar

Binti Yunita Rodiananda – 19211006

Kata kunci : Bauran Pemasaran 7P, Keputusan melakukan Pembelian

Bisnis kuliner merupakan salah satu bisnis yang banyak diminati oleh para pelaku usaha. Semakin banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang kuliner dengan produk yang sejenis, akan mengakibatkan persaingan dalam memperebutkan pangsa pasar dan konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisa pengaruh Bauran Pemasaran terhadap keputusan para konsumen yang melakukan pembelian pada Sambal Pecel Karunia Blitar. Populasi dari penelitian ini adalah para konsumen Sambal Pecel Karunia. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuantitatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui kuesioner. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Bauran Pemasaran (X) dalam penelitian ini mempunyai nilai korelasi yang lebih besar dari r_{tabel} . Hal ini menunjukkan bahwa keseluruhan indikator dalam variabel Bauran Pemasaran (X) adalah valid. Kemudian semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Keputusan Pembelian (Y) dalam penelitian ini mempunyai nilai korelasi yang lebih besar dari r_{tabel} . Hal ini menunjukkan bahwa keseluruhan indikator dalam variabel Keputusan Pembelian (Y) adalah valid. Kesimpulan dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa semakin diterapkannya Bauran Pemasaran 7p terhadap penjualan Sambal Pecel Karunia Blitar maka akan semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian pada produk tersebut.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah Yang Maha Esa yang telah memberikan Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : **Pengaruh Bauran Pemasaran 7P terhadap keputusan konsumen melakukan pembelian pada Sambal Pecel Karunia Blitar** dengan baik dan tepat waktu.

Motivasi, semangat, doa dan bimbingan dari pihak-pihak terkait sangat membantu dalam penyelesaian skripsi ini, maka tak lupa saya mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Siti Sumrowiyati, SE., MM. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menimba ilmu di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.
2. Bapak Dr. Sandi Eka Suprajang, SE.,MM. selaku Dosen Pembimbing saya yang telah memberikan pengarahan, bimbingan dan bantuan dalam rangka penyelesaian skripsi saya.
3. Bapak Tanto Askriyandoko Putro, SE.,MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Bitar yang telah memberikan arahan serta bimbingan kepada saya selama masa studi.
4. Seluruh Dosen Manajemen dan Akuntansi yang telah memberikan banyak ilmu yang bermanfaat selama masa studi saya.
5. Bapak H. Farid selaku pemilik Sambal Pecel Karunia Blitar yang telah memberikan izin dalam penelitian saya.

6. Bapak Achsin dan Alm. Ibu Sri Utami selaku orang tua. Anis Tri Ubaidiati, Nur Ida Cristiana, Ria Megawati, Binti Afifah Achsin sebagai kakak yang membiayai kuliah saya hingga lulus, dan selalu memberikan semangat, motivasi, pengarahan serta do'a dan juga kepada saya agar menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu.
7. Natasha sebagai teman yang selalu meluangkan waktunya untuk tetap menjadi pengingat untuk saya dan membantu proses penyelesaian skripsi saya dengan baik.
8. Luluk Hariati Sebagai Sahabat lama saya yang selalu mendukung saya serta Esa, Riski, sebagai teman dekat dan teman seperjuangan yang selalu bahu membahu dalam rangka mengejar wisuda di semester 7, yang telah dikirim Allah sebagai hadiah untuk menjadi bagian dari proses yang tak terlupakan ini.
9. Semua pihak yang telah membantu selama masa studi serta membantu proses penyelesaian skripsi yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Semoga Skripsi ini dapat dijadikan acuan untuk menyempurnakan penelitian selanjutnya.

Blitar, 1 Agustus 2023

Penulis,

Binti Yunita Rodiananda

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Skripsi	ii
Halaman Pernyataan Keaslian	iii
Surat Keterangan Penelitian.....	iv
Halaman Pengesahan	v
Abstraksi	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Permasalahan.....	7
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian	10
E. Kegunaan Penelitian.....	10

BAB II LANDASAN TEORI

A. Hasil Penelitian Terdahulu	12
B. Manajemen Pemasaran.....	17
C. Bauran Pemasaran	18
D. Keputusan Pembelian.....	25
E. Hubungan Antar Variabel	25
F. Hipotesis.....	26

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	27
--------------------------------------	----

B. Jenis Penelitian	27
DAFTAR ISI	
C. Definisi Operasional Variabel	28
D. Populasi dan Sampel	31
E. Teknik Pengumpulan Data	33
F. Teknik Analisis Data	34

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Tempat Penelitian	37
B. Hasil Penelitian	41
C. Pembahasan	52

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	61
B. Saran	63

DAFTAR PUSTAKA	65
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN	67
--------------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Penjualan Sambal Pecel Karunia Blitar	9
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu 1	12
Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu 2	13
Tabel 2.3 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu 3	14
Tabel 2.4 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu 4	15
Tabel 2.5 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu 5	16
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan	43
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4.5 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel X	45
Tabel 4.6 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Y	46
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Validitas Variabel Bauran Pemasaran (X)	48
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	48
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Reliabilitas	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Heterokedastisitas	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi	52
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier	53
Tabel 4.14 Uji T (Uji Parsial)	53
Tabel 4.15 Hasil Uji F (Uji Simultan)	54
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinan (R ²)	55

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Bagan Hubungan Antar Variabel	25
Gambar 4.1 Bagan Struktur Organisasi Sambal Pecel Karunia Blitar	39
Gambar 4.2 Grafik Normal P-Plot	50