

**PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN  
KONSUMEN MUSLIM DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN  
DI ALFAMART NGALIYAN SEMARANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Melengkapi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)



Oleh :

**SITI ISMAH**

**NIM 062411072**

**EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS SYARIAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG**

**2011**

**Drs. H. Hasyim Syarbani, MM.**  
Pelem Gedong No.6  
Tambakaji Semarang

**H. Suwanto, S.Ag.,MM.**  
Ds. Troso Rt. 06/01  
Pecangaan Jepara

---

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (eksemplar)  
Hal : Naskah skripsi  
A.n.Siti Ismah

*Assalamu'alaikum wr.wb*

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah saudara:

Nama : Siti Ismah  
Nim : 062411072  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Judul : PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN  
DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN DI ALFAMART NGALIYAN  
SEMARANG

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi tersebut dapat segera dimunaqasahkan.

Demikian harap maklum adanya.

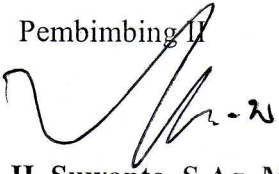
*Wassalamu'alaikum wr.wb*

Pembimbing I

  
**Drs. H. Hasyim Syarbani, MM.**  
NIP. 19 710830 199803 1 003

Semarang, 25 April 2011

Pembimbing II

  
**H. Suwanto, S.Ag.,MM.**  
NIP. 19700302 200501 1 003



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**  
**FAKULTAS SYARIAH**

Jl. Prof. Dr. Hamka KM 02 Ngaliyan Telp. (024) 7601291 Semarang

---

**PENGESAHAN**

Skripsi saudara : **Siti Ismah**  
NIM : **062411072**  
Judul : **PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN DI ALFAMART NGALIYAN SEMARANG**

Telah dimunaqasahkan oleh dewan penguji Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlode/baik/cukup pada tanggal :

**01 Juni 2011**

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana Strata I (S1) dalam ilmu Syari'ah jurusan Ekonomi Islam tahun akademik 2010/2011.

Semarang, 01 Juni 2011

Ketua Sidang,

**Drs. Mohammad Solek, MA**  
NIP. 19660818 199303 1 004

Sekretaris Sidang,

**H. Suwanto, S.Ag., MM**  
NIP. 19700302 200501 1 003

Penguji I,

**Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag**  
NIP. 19690830 199403 2 003

Penguji II,

**Drs. Wahab Zaenuri, MM**  
NIP. 19690908 200003 1 003



Pembimbing I,

**Drs. H. Hasyim Syarbani, MM**  
NIP. 19570913 198203 1 002

Pembimbing II,

**H. Suwanto, S.Ag., MM**  
NIP. 19700302 200501 1 003

## MOTTO

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ قَالَ التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ  
وَالصَّادِقِينَ وَالشُّهَدَاءِ (رواه الترمذي)

Artinya: Abu sa'id meriwayatkan bahwa Nabi Saw bersabda: pedagang yang tulus dan jujur bersama nabi-nabi serta para sidiq dan syuhada'. (HR. Tirmidzi).

## **PERSEMBAHAN**

Dalam perjuangan mengarungi samudra ilahi tanpa batas, dengan keringat dan air mata kupersembahkan karya tulis skripsi ini teruntuk orang-orang yang selalu hadir dan berharap keindahan-Nya. Kupersembahkan bagi mereka yang tetap setia berada di ruang dan waktu kehidupan khususnya buat:

Persembahan yang tertinggi hanyalah kepada Allah SWT,  
yang telah memberikan rahmat dan hidayahNya  
Hingga pada Dia lah segalanya bergantung.  
Nabi Muhammad SAW  
Sang inspirator hidup

Alamameterku tercinta, fakultas syari'ah IAIN Walisongo Semarang  
Bapakku (H. Abdullah Sunarto) dan Ibuku (Hj. Zumaroh).  
yang memberikan dorongan dan semangat serta do'a suci dengan  
setulus hati.

Kakak-kakakku: Kholifah Noor dan suami, Khotimatul Munawaroh  
dan suami, dan peri kecilnya (Lala, Rara dan Zahwa) yang menjadi contoh  
dan motivator dalam meraih tujuan hidup.

Semoga Allah SWT selalu memberikan Rahman dan Rahim Nya,  
Amiin...

## **DEKLARASI**

Penulis menyatakan dengan penuh kejujuran dan tanggungjawab bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang , 10 Mei 2011

Deklator

**Siti Ismah**  
**NIM 062411072**

## ABSTRAK

Dengan bertambahnya Minimarket di Ngaliyan Semarang menyebabkan persaingan semakin ketat. Pemilik minimarket perlu berusaha untuk mempertahankan pelanggan agar mereka tidak beralih ke tempat lain. Diantaranya yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli adalah tersedianya beraneka macam produk yang berkualitas, harga yang terjangkau, lokasi yang strategis dan promosi yang menarik. Banyak dijumpai gerai Alfamart, salah satunya di Ngaliyan yang letaknya strategis, dekat dengan fasilitas umum, sekolah dan kampus. Fenomena inilah yang mendorong untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Di Alfamart Ngaliyan Semarang.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh *Marketing Mix* terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di Alfamart Ngaliyan Semarang. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh *Marketing Mix* terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di Alfamart Ngaliyan Semarang. Pada penelitian ini diharapkan akan menjadi informasi dan masukan bagi Alfamart yang dapat dijadikan bahan pertimbangan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menerapkan konsep Marketing Mix bagi konsumen dan pemahaman tentang persepsi pelanggan terhadap bentuk penerapan Marketing Mix yang ditawarkan.

Populasi penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di Alfamart Ngaliyan Semarang. Pengambilan sampel menggunakan *sampling Insidental* sebanyak 90 konsumen. Metode pengumpulan data melalui kuesioner dan dokumentasi, teknik analisa yang digunakan adalah analisis Regresi Berganda.

Hasil perhitungan secara partial diperoleh untuk produk  $t_{hitung} (2,812) > t_{tabel} (1,987)$ , harga  $t_{hitung} (1,272) < t_{tabel} (1,987)$ , lokasi  $t_{hitung} (1,923) < t_{tabel} (1,987)$  dan promosi  $t_{hitung} (2,065) > t_{tabel} (1,987)$  yang berarti secara partial produk dan promosi dinyatakan signifikan sedangkan harga dan lokasi tidak signifikan. Sedangkan hasil uji secara simultan diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar (15,795) sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar (2,4753), berarti hipotesis menyatakan ada pengaruh bahwa *Marketing Mix* (produk, harga, lokasi dan promosi) terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di Alfamart Ngaliyan Semarang diterima.

Kata kunci: Marketing Mix (Produk, Harga, Lokasi dan promosi) dan Keputusan Konsumen.

## **KATA PENGANTAR**

### ***Bismillahirrahmanirrahim***

Alhamdulillah Wasyukurillah, senantiasa penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan nikmat kepada semua hamba-Nya, sehingga sampai saat ini kita masih mendapatkan ketetapan Iman dan Islam.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurah kepada junjungan kita Rasulullah Muhammad SAW pembawa rahmat bagi makhluk sekian alam, keluarga, sahabat dan para tabi'in serta kita umatnya, semoga kita senantiasa mendapat syafa'at dari beliau.

Pada penyusunan skripsi ini tentulah tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik dalam ide, kritik, saran maupun dalam bentuk lainnya. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih sebagai penghargaan atau peran sertanya dalam penyusunan skripsi ini kepada:

1. Prof. Dr. Muhibbin, M.Ag. selaku Rektor IAIN Walisongo Semarang.
2. Dr. Imam Yahya, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Dr. Ali Murtadho, M.Ag, selaku ketua Prodi Ekonomi Islam atas segala bimbingannya.
4. Bapak Nur Fathoni, M. Ag selaku Sekretaris Jurusan Prodi Ekonomi Islam atas pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Drs. H. Hasyim Syarbani, M.M. selaku dosen pembimbing 1 dan Bapak H. Suwanto, S.Ag., MM. selaku dosen pembimbing II yang telah banyak membantu, dengan meluangkan waktu dan tenaganya yang sangat berharga semata-mata demi mengarahkan dan membimbing penulis selama penyusunan skripsi ini.
6. Segenap Dosen Fakultas Syari'ah yang telah banyak memberikan ilmunya kepada penulis dan senantiasa mengarahkan serta memberi motivasi selama



penulis melaksanakan kuliah sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.

7. Seluruh keluarga besar penulis : Ayah, Bunda, Kakak, dan semua keluargaku yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, kalian semua adalah semangat hidup bagi penulis yang telah memberikan do'a agar selalu melangkah dengan optimis.
8. KH. Zainal Asyikin (Alm.) dan Ibunda Nyai Hj. Muthohiroh, KH. Mustaghfirin, KH. Abdul Kholiq yang dengan sabar dan penuh keikhlasan membimbing, mengarahkan, memotivasi dan atas nasihat-nasihat beliau-beliu selama berada di PP. Roudlatut Thalibin Tugurejo Tugu Semarang.
9. Keluarga besar PP. Raudlatut Thalibin Tugurejo Tugu Semarang sebagai tempat kediaman peneliti selama menuntut ilmu di Semarang.
10. Bapak Abdi Sulistianto, selaku Kepala Alfamart Ngaliyan Semarang yang telah memberi izin penulis untuk melakukan penelitian skripsi ini.
11. Seluruh teman-teman mahasiswa "khususnya EIB '06 , Nurun, Isnay, Lia, Ti2n, Nikmah, Zama', Anis dan teman-teman lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan semuanya. Terima kasih penulis ucapkan untuk kalian yang telah setia berjuang bersama - sama mencari ilmu di fakultas tercinta kita.
12. Teman-temanku (Isma, Inunk, Linda, Lia, Atin, Aan, Lisa, Ika, Vira) di PP. Raudlatut Thalibin (PPRT), yang telah memberikan bantuan dan dorongan dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.  
Amin Ya Rabbal Alamin.

Semarang, 10 Mei 2011

Penulis

**Siti Ismah**

**NIM.062411072**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN DEKLARASI.....	vi
HALAMAN ABSTRAK.....	vii
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	viii
HALAMAN DAFTAR ISI .....	x
HALAMAN DAFTAR TABEL .....	xiv
HALAMAN GAMBAR.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar belakang masalah .....	1
1.2 Rumusan masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat penelitian.....	8
1.5 Sistematika penulisan.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kerangka Teori.....	10
2.1.1 Perilaku Konsumen .....	10
2.1.2 Persepsi .....	17
2.1.3 Minimarket .....	27
2.1.4 Markerting Mix .....	29
2.1.4.1 Produk .....	29
2.1.4.2 Harga.....	37
2.1.4.3 Lokasi/Distribusi .....	43
2.1.4.4 Promosi .....	48

2.1.5	Peneliti Terdahulu .....	51
2.1.6	Kerangka Pemikiran Teoritik .....	52
2.2	Hipotesis .....	53
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>		
3.1	Jenis Dan Sumber Data .....	55
3.2	Populasi dan Sampel .....	55
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	56
3.4	Variabel Penelitian dan Pengukuran .....	58
3.5	Teknik Analisis Data .....	60
3.5.1	Uji Validitas .....	60
3.5.2	Uji Reabilitas .....	60
3.5.3	Analisis Regresi Berganda .....	61
3.5.4	Uji Asumsi Klasik .....	62
3.5.4.1	Uji Multikolonieritas .....	62
3.5.4.2	Uji Autokorelasi .....	64
3.5.4.3	Uji Heteroskedastisitas .....	65
3.5.4.4	Uji Normalitas .....	65
3.5.5	Uji Hipotesis .....	66
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Gambaran Umum Perusahaan dan Karakteristik	
Responden .....		67
4.1.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	67
4.1.1.1	Profil Minimarket Alfamart .....	67
4.1.1.2	Visi, Misi, Motto, Budaya dan	
Profil Kartu AKU .....		69
4.1.1.3	Prestasi Alfamart .....	72
4.1.1.4	Struktur Organisasi .....	74
4.1.2	Karakteristik Responden .....	76
4.1.2.1	Umur Responden .....	76
4.1.2.2	Jenis Kelamin Responden .....	77
4.1.2.3	Pendidikan Terakhir Responden .....	78

4.1.2.4 Pekerjaan Responden.....	79
4.2 Deskripsi data Penelitian.....	81
4.2.1 Produk .....	82
4.2.2 Harga.....	83
4.2.3 Lokasi/Distribusi.....	84
4.2.4 Promosi.....	84
4.2.5 Keputusan Konsumen .....	85
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	86
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	88
4.4.1 Uji Multikolinearitas .....	88
4.4.2 Uji Autokorelasi.....	89
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	90
4.4.4 Uji Normalitas .....	91
4.5 Analisis Data .....	93
4.5.1 Koefisien Determinasi .....	93
4.5.2 Uji Hipotesa .....	94
4.6 Pembahasan.....	100
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	107
5.2 Saran.....	108
5.3 Penutup.....	109

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Umur Responden .....	72
Tabel 4.2	Jenis Kelamin Responden .....	73
Tabel 4.3	Pendidikan Responden .....	75
Tabel 4.4	Pekerjaan Responden .....	76
Tabel 4.5	Hasil Skor Kuesioner Regresi .....	79
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Instrumen .....	84
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	85
Tabel 4.8	Uji Multikolinearitas .....	86
Tabel 4.9	Uji Autokorelasi .....	87
Tabel 5.0	Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov .....	90
Tabel 5.1	Uji Pengaruh Secara Simultan .....	91
Tabel 5.2	Anova .....	93
Tabel 5.3	Coefisients .....	93

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Lampiran angket.
- Lampiran 2 : Data responden
- Lampiran 3 : Daftar seluruh jawaban atas angket.
- Lampiran 4 : Tanggapan responden terhadap masing-masing item pertanyaan.
- Lampiran 5 : Uji Validitas dan Reliabilitas angket.
- Lampiran 6 : Statistik deskriptif untuk 90 Responden Pada Konsumen Alfamart.
- Lampiran 7 : Output regresi berganda dari 90 responden.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Keputusan Pembelian .....	11
Gambar 2.2	Teori Utility.....	21
Gambar 2.3	Teori Mashlahah.....	23
Gambar 2.4	Faktor yang mempengaruhi keputusan harga.....	35
Gambar 2.5	Komponen-komponen dalam Bauran Promosi.....	44
Gambar 2.6	Kerangka teori .....	50
Gambar 4.1	Struktur organisasi .....	71
Gambar 4.2	Umur Responden.....	73
Gambar 4.3	Jenis Kelamin Responden .....	74
Gambar 4.4	Pendidikan Responden .....	76
Gambar 4.5	Pekerjaan Responden .....	78
Gambar 4.6	Uji Penyimpangan Heteroskedastisitas.....	88
Gambar 4.7	Grafik Histrogram.....	89
Gambar 4.8	Normal Probability Plot.....	89