

PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

PADA SWALAYAN BIN NAWAWI

(Studi Kasus Pada Koppondren An Nawawi Purworejo)

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas Dan Melengkapi Syarat Guna

Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1 Dalam

Ilmu Ekonomi Islam



Disusun Oleh:

MUNTAMAH
092411122

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO

SEMARANG

2014

Drs. H. Hasyim Syarbani, MM.
Jl. Pelem Kuweni No. 6
Tambakaji Semarang

Ari Kristin Prasetyoningrum, SE., M.Si
Jl. Perintis Kemerdekaan No. 181
Pudakpayung Banyumanik Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (empat) eks.
Hal : Naskah Skripsi
A.n. Muntamah

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Walisongo

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya memberikan bimbingan dan koreksi seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara :

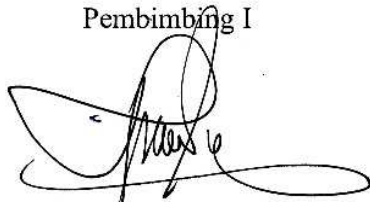
Nama : Muntamah
NIM : 092411122
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul : Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan Bin Nawawi Purworejo

Dengan ini, saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



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

Semarang, 04 Juni 2014

Pembimbing II



Ari Kristin Prasetyoningrum, SE., M.Si
NIP. 19790512 200501 2 004



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. DR. Hamka Ngaliyan Semarang (Kampus III) Telp.024-7601295,
Fax:7615387 Semarang-50185

PENGESAHAN

Nama : Muntamah
Nim : 092411122
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul : **Pengaruh Marketing Mix Terhadap keputusan Pembelian Pada Swalayan Bin Nawawi (Studi Kasus Pada Koppontren Bin Nawawi Purworejo)**

Telah memunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat coumlaude / baik / cukup pada tanggal :

24 Juni 2014

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana Strata I (S1) dalam ilmu Ekonmi jurusan Ekonmi Islam tahun akademik 2013/2014.

Semarang, 24 Juni 2014

Ketua Sidang,

Drs. H. Johan Masruhan, MM
NIP. 19510510 198203 1 002

Sekretaris Sidang,

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

Penguji I,

Dr. H. Muchlis, M. Si
NIP. 19610117 198803 1 002

Penguji II,

Dr. Hj. Siti Mujibatun, M.Ag
NIP. 19590413 198703 2 001

Pembimbing I,

Drs. H. Hasyim Syarbani, MM
NIP. 19790512 200501 2 004

Pembimbing II,

Ari Kristin Prasetvoningrum, SE., M.Si
NIP. 19570913 198203 1 002



MOTTO

﴿الاسراء:7﴾ ... إِنَّ أَحْسَنَكُمْ لَأَنفُسِكُمْ وَإِنَّ أَسْأَثَكُمْ فَلَهَا

Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri dan jika kamu
berbuat jahat maka kejahatan itu bagi dirimu sendiri

(Al-Isra' : 7)

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

Alamamaterku tercinta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Walisongo Semarang

ayahandaku tercinta (Bpk Turimin) dan Ibundaku tersayang (Ibu Khotimah).

yang memberikan dorongan dan semangat serta do'a suci dengan setulus hati. Semoga Allah SWT selalu memberikan Rahman dan Rahim Nya, Amiin...

“ THANKS FOR EVERYTING “

DEKLARASI

Penulis menyatakan dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab 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, 06 Juni 2014
Deklarator

Muntamah
NIM. 092411122

ABSTRAK

Koppontren Bin Nawawi adalah salah satu minimarket yang tidak hanya berada di lingkungan pondok pesantren tetapi juga dilokasi yang strategis, mudah dijangkau dan dekat dengan fasilitas umum seperti jalan raya, sekolah, kampus, dan pondok pesantren sendiri. Koppontren Bin Nawawi menyediakan berbagai macam produk kebutuhan seperti makanan dan minuman ringan, produk kecantikan, kebutuhan rumah tangga, perlengkapan bayi dengan berbagai pilihan merek agar pembeli dapat memilih sendiri produk yang disukai. Karena koppontren Bin nawawi berdiri bukan hanya untuk memenuhi para santri yang ada di pondok pesantren tetapi sudah mencakup masyarakat umum dan semua kalangan. Dalam menjalankan roda usahanya, Koppontren melakukan proses *marketing mix* secara maksimal dengan memperhatikan secara detail unsur-unsur yang ada dalam *marketing mix*, namun apakah *marketing mix* yang dilakukan oleh Koppontren mampu mempengaruhi keputusan seseorang untuk membeli di Koppontren menjadi menarik peneliti lebih lanjut

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh (*product, price, place, promotion*) pada Swalayan Bin Nawawi terhadap keputusan pembelian.

Populasi dalam penelitian ini adalah santri di pondok pesantren An-Nawawi Purworejo sebanyak 93 orang. Metode penelitian ini menggunakan *accidental sampling* yaitu prosedur sampling yang memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses.

Hasil olahan statistik yang dibantu dengan program *SPSS 17.0 for windows* menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen (*marketing mix*) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) positif dan signifikan, antara *product, price, place, promotion* pada Swalayan Bin Nawawi terhadap keputusan pembelian, hal ini diperoleh dari analisis F test yang menunjukkan nilai 11,707 dengan tingkat probabilitas 0,000 yang di bawah alpha 0,05. Hal itu berarti bahwa secara bersama-sama variabel independen antara *product, price, place, promotion* secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian dalam berbelanja di Swalayan Bin Nawawi.

Kata kunci : *marketing mix (product, price, place, promotion)* dan keputusan pembelian

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 Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Nur Fatoni, M. Ag selaku Kajar Ekonomi Islam, serta Bapak Ahmad Furqon, LC., M.A, selaku Sekjur Ekonomi Islam IAIN WALISONGO Semarang atas pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Drs. H. Hasyim Syarbani, M.M. selaku dosen pembimbing 1 dan Ibu Ari Kristin Prasetyoningrum, SE., M.Si. 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.
5. Segenap Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Walisongo Semarang yang telah membekali berbagai pengetahuan, sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Seluruh keluarga besar penulis : Ayah, Bunda, Kakak, Adik, 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.
7. Semua anggota Koppontren Swalayan Bin Nawawi Purworejo yang telah memberi informasi dan mengizinkan peneliti untuk meneliti.

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

Semarang, 06 Juni 2014
Penulis

Muntamah
NIM. 092411122

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.4 Sistematika Penulisan	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 <i>Marketing</i> (Pemasaran).....	10
2.1.1 <i>Product</i> (Produk)	12
2.1.1.1 halal.....	15

2.1.2 <i>Price</i> (Harga)	16
2.1.2.1 Strategi Penetapan Harga	19
2.1.2.2 Strategi Yang Digunakan Nabi Muhammad.....	20
2.1.3 <i>Place</i> (Distribusi)	21
2.1.4 <i>Promotion</i> (Promosi)	22
2.2 Keputusan Pembelian.....	28
2.3 Minimarket.....	34
2.4 Penelitian Terdahulu	34
2.5 Kerangka Teori	37
2.6 Hipotesa	37

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	38
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	38
3.3 Populasi dan Sampel	39
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	41
3.5 Variabel Penelitian dan Pengukuran.....	41
3.6 Teknik Analisis Data.....	43
3.6.1 Uji Validitas dan Reabilitas	43
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.6.3 Uji Hipotesis	47

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	48
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48

4.1.2	Karakteristik Responden.....	60
4.2	Deskripsi Data Penelitian.....	64
4.2.1	Produk.....	65
4.2.2	Harga.....	66
4.2.3	Distribusi.....	67
4.2.4	Promosi.....	67
4.2.5	Keputusan Pembelian.....	68
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	69
4.3.1	Uji Validitas.....	69
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	70
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	71
4.4.1	Uji Multikolinieritas.....	71
4.4.2	Uji Heteroskedastisitas.....	72
4.5	Uji Hipotesis.....	74
4.5.1	koefisien Determinasi.....	74
4.5.2	Uji Simultan.....	74
4.5.3	Uji Parsial.....	75
4.6	Pembahasan.....	78

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	81
5.2	Saran.....	82
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	83

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Table 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	60
Table 4.2 Pendidikan Responden.....	61
Table 4.3 Tingkat Penghasilan Responden.....	63
Table 4.4 Hasil Skor Kuesioner	64
Table 4.5 Hasil Uji Validitas Instrumen	69
Table 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	70
Table 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas	71
Table 4.8 Uji Pengaruh Secara Simultan	74
Tabel 4.9 Anova.....	75
Table 4.10 Coefficients.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lampiran angket

Lampiran 2 : Daftar seluruh jawaban atas angket

Lampiran 3 : Tanggapan responden terhadap masing-masing item pertanyaan

Lampiran 4 : Uji Validitas dan Reliabilitas angket

Lampiran 5 : Statistik diskriptif untuk 93 responden

Lampiran 6 : Output regresi berganda dari 93 responden

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Komponen-komponen Dalam Bauran Promosi	23
Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian	28
Gambar 2.3 Tahap-tahap Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian.....	31
Gambar 2.4 Bagaimana Pelanggan Menggunakan atau Membuang Produk.....	33
Gambar 2.5 Kerangka Teori	37
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden	61
Gambar 4.2 Pendidikan Terakhir Responden	62
Gambar 4.3 Tingkat Penghasilan	64
Gambar 4.6 Grafik Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	73