

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P
TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH
(Studi Empiris Pada Tirtonirmolo *Waterpark* Ngawi)**

S K R I P S I

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Strata 1**



Disusun oleh:

AGATHA KUSUMA BAHARI

NIM: 51413002

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA MADIUN
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P
TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH
(Studi Empiris Pada Tirtonirmolo *Waterpark* Ngawi)

yang dipersiapkan dan disusun oleh :

AGATHA KUSUMA BAHARI

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh pembimbing skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Madiun guna melengkapi sebagian tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen

Madiun, 5 April 2019
Disetujui dan diterima baik oleh
Pembimbing

Dra. Dyah Kurniawati, M.Si.
NIDN. 0713126601

Mengetahui

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Widya Mandala Madiun



Riswaningsih, S.E., M.Si. Ak., CA
NIDN. 0711116902

Ketua Pogram Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Widya Mandala Madiun



Yudi Irvani, SE, M.Sc.
NIDN. 0717128001

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P
TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH
(Studi Empiris Pada Tirtonirmolo *Waterpark* Ngawi)**

yang telah dipersiapkan dan disusun oleh :

AGATHA KUSUMA BAHARI (NIM: 51413002)

Telah disetujui dan diterima baik oleh Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Madiun, guna melengkapi sebagian tugas dan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

Madiun, 2 Juli 2019

Tim Penguji Skripsi

1. Veronika Agustini S. SE., M.Si
NIDN. 0717087201

()

3. Dra. Dvah Kurniawati, M.Si.
NIDN. 0713126601

()

2. Ardianus Laurens, SE., M.Sc.
NIDN. 0721048301

()

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul "Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Memilih (Studi Empiris Pada Tirtonirmolo *Waterpark* Ngawi)" tidak memuat karya orang lain atau bagian karya orang lain, kecuali yang telah disebutkan dalam daftar pustaka selayaknya karya ilmiah.

Jika ternyata terbukti hasil jiplakan, dengan sendirinya skripsi saya batal, dan saya bersedia gelar kesarjanaan saya dicabut dan hak saya sebagai mahasiswa ditiadakan.

Madiun, 9 April 2019



AGATHA KUSUMA BAHARI
NIM: 51413002

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Suatu kebiasaan kecil yang baik akan menghasilkan kualitas pada jiwa yang baik pula".

*Bersedih dengan meratap pada sesuatu yang telah terjadi, itu tidak perlu.
Saat ini, yang harus dilakukan adalah fokus pada tujuan hidup yang membawa terbang ke masa depan"*

Kupersembahkan karya ini untuk:

- 1. Orang tua Tercinta*
- 2. Keluarga besarku*
- 3. Almamaterku*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Memilih (Studi Empiris Pada Tirtonirmolo *Waterpark* Ngawi)” ini dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.

Selama penulisan ini tentunya saya mendapatkan banyak bantuan dan dukungan dari beberapa pihak yang dengan ikhlas membantu. Terimakasih yang tulus saya ucapkan kepada:

1. Ibu Sri Rustiyansih, S.E., M.Si., Ak., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katholik Widya Mandala Madiun.
2. Ibu Vivi Ariyani, SE., M.Sc., selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Widya Mandala Madiun.
3. Ibu Dra. Dyah Kurniawati, SE., M.Si selaku pembimbing yang dengan sabar dan tekun membimbing saya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katholik Widya Mandala Madiun, khususnya Program Studi Manajemen yang telah membagikan ilmu pengetahuan dan pengalamannya sehingga menjadi bekal bagi penulis dalam menatap masa depan.

4. Seluruh teman-teman angkatan 2012/2013 Jurusan Manajemen atas segala dukungan dan kebersamaannya.
5. Dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Saya menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu demi sempurnanya skripsi ini, saya sangat membutuhkan dukungan baik berupa kritik dan saran yang bersifat membangun.

Akhir kata, saya mengharapkan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan semua pihak pada umumnya.

Terima kasih.

Madiun, April 2019
Penyusun

Agatha Kusuma Bahari

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis signifikansi positif pengaruh produk, harga, distribusi, promosi, sarana fisik, orang, dan proses terhadap keputusan memilih Tirtonirmolo *Waterpark* Ngawi baik secara parsial maupun simultan. Populasi penelitian ini adalah pelanggan Tirtonirmolo *Waterpark* Ngawi. Jumlah sampel yaitu 97 orang.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk, tempat, promosi, sarana fisik, dan orang, dan proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih. harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan memilih. Secara simultan produk, harga, tempat, promosi, sarana fisik, orang, dan proses berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih.

Kata kunci : produk, harga, tempat, promosi, sarana fisik, orang, proses, keputusan memilih

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the positive significance of the effect of product, price, distribution, promotion, physical facilities, people, and the process of decision choosing Tirtonirmolo Waterpark Ngawi both partially and simultaneously. The population of this research is Tirtonirmolo Waterpark Ngawi customers. The number of samples is 97 people.

Sampling technique in this research use purposive sampling. The results showed that products, places, promotions, physical facilities, people, and processes had a positive and significant effect on the decision to choose and the price has a negative and significant effect on the decision to choose. Simultaneously the product, price, place, promotion, physical means, people, and the process has a positive and significant effect on the decision to choose..

Keywords: product, price, place, promotion, physical facilities, people, process, decision to choose

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Pernyataan Keaslian Karya Tulis	iv
Motto dan Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Abstraksi	viii
Abstract	ix
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan Laporan Skripsi	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ..	9
A. Telaah Teori	9
1. Pengertian Pemasaran	9
2. Pengertian Manajemen Pemasaran	12
3. Bauran Pemasaran	13
4. Keputusan Pembelian.....	17
B. Pengembangan Hiotesis	26
C. Kerangka Pemikiran	33
BAB III METODA PENELITIAN	35
A. Desain Penelitian	35
B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	35
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	37
D. Data dan Prosedur Pengumpulan Data	43
E. Lokasi dan Waktu Penelitian	44
F. Teknik Analisis Data	44
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	52
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	52
B. Karakteristik Responden	53
C. Hasil Penelitian	55
D. Pembahasan	76

BAB	SIMPULAN DAN SARAN	83
	A. Simpulan	83
	B. Implikasi Manajerial	84
	C. Keterbatasan Penelitian	86
	D. Saran.....	86

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Hasil Penyebaran Kuesioner	53
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4.5	Rentang Skala	56
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Atas Variabel Produk	56
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Atas Variabel Harga	57
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Atas Variabel Tempat	58
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Atas Variabel Promosi	59
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Atas Variabel Sarana Fisik	60
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Atas Variabel Orang	61
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Atas Variabel Proses	62
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Atas Variabel Keputusan Memilih	63
Tabel 4.14	Uji Validitas Variabel Produk	64
Tabel 4.15	Uji Validitas Variabel Harga	65
Tabel 4.16	Uji Validitas Variabel Tempat	65
Tabel 4.17	Uji Validitas Variabel Promosi	66
Tabel 4.18	Uji Validitas Variabel Sarana Fisik	66
Tabel 4.19	Uji Validitas Variabel Orang	67
Tabel 4.20	Uji Validitas Variabel Proses	67
Tabel 4.21	Uji Validitas Variabel Keputusan Memilih	68
Tabel 4.22	Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel 4.23	Normalitas	69
Tabel 4.24	Hasil Uji Multikolinearitas	69
Tabel 4.25	Hasil Uji Heteroskedastisitas	70
Tabel 4.26	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	71
Tabel 4.27	Hasil Uji Koefisien Determinasi	73
Tabel 4.28	Hasil Uji F	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Proses Keputusan Pembelian	19
Gambar 1.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	21
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	34
Gambar 3.1	Uji t	49
Gambar 3.2	Uji F	51

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Data Penelitian
- Lampiran 3 Hasil Uji Statistik
- Lampiran 4 Frekuensi Variabel Penelitian
- Lampiran 5 Tabel r
- Lampiran 6 Tabel Distribusi t
- Lampiran 7 Surat Keterangan Selesai Riset