

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out more about the effect of marketing mix (7P) on purchasing decisions for women's shoes in PT. Matahari Department Store City Of Tomorrow Surabaya. The method used in this study is a quantitative method using accidental sampling technique. Testing the hypothesis in this study using the calculation of multiple linear regression analysis. The data obtained in this study are primary data in the field and data collection in this study uses questionnaires. The results of this study are the existence of a negative influence and a positive influence on purchasing decisions of women's tricycle shoes, from product, price, place, promotion, people process, and physical evidence variable which are examined product, place, promotion, people, process, and physical evidence variable which have a negative and not significant effect and the price variable has a positive and significant effect. Price variable is a variable that is very influential on the decision to purchase tricycle women's shoes.

Keyword: Marketing Mix (7P), Accidental Sampling, Buying Decision

ABSTRAK

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih luas mengenai Pengaruh *Marketing Mix* (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Wanita Triset di PT. Matahari *Department Store City Of Tomorrow* Surabaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan perhitungan analisis regresi linear berganda. Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data primer yang berada di lapangan dan pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner. Hasil dari penelitian ini adalah adanya pengaruh negatif dan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepatu wanita triset, dari variabel *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process* dan *physical evidence* yang diteliti variabel *product*, *place*, *promotion*, *people*, *process* dan *physical evidence* yang berpengaruh negatif dan tidak signifikan dan variabel *price* berpengaruh positif dan signifikan. Variabel *price* adalah variabel yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu wanita triset.

Kata kunci: *Marketing Mix (7P)*, *Accidental Sampling*, Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II. TELAAH PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	17
2.2.1 Keputusan Pembelian.....	17
2.2.1.2 Peranan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian	19
2.2.1.3 Faktor-faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian	20

2.2.1.4 Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	23
2.2.1.5 Struktur-struktur Keputusan Pembelian.....	25
2.2.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	27
2.3 Kerangka Konseptual.....	37
2.4 Hipotesis	42
BAB III. METODE PENELITIAN	45
3.1 Rancangan Penelitian.....	45
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	48
3.2.1 Populasi	48
3.2.2 Sampel	48
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	49
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	50
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	51
3.5.1 Jenis Variabel Penelitian	51
3.5.2 Definisi Operasional Variabel	52
3.6 Instrumen Penelitian.....	55
3.6.1 Prosedur Pengumpulan Data.....	55
3.7 Teknik Analisis Data.....	55
 BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 63
4.1 Penyajian Data Penelitian	63

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	63
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	75
4.2.1 Karakteristik Responden	75
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	76
4.2.3 Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian	76
4.2.4 Hasil Analisis Data.....	94
4.2.5 Pembahasan.....	110
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN.....	115
5.1 Simpulan.....	115
5.2 Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA.....	119
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Yang Akan Dilakukan.....	13
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	76
4.2 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel <i>Product</i>	77
4.3 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel <i>Product</i>	78
4.4 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel <i>Product</i>	79
4.5 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel <i>Price</i>	80
4.6 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel <i>Price</i>	81
4.7 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel <i>Place</i>	82
4.8 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel <i>Place</i>	83
4.9 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel <i>Promotion</i>	84
4.10 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel <i>Promotion</i>	85
4.11 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel <i>People</i>	86
4.12 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel <i>People</i>	87
4.13 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel <i>Proccess</i>	88
4.14 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel <i>Proccess</i>	89
4.15 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel <i>Proccess</i>	90
4.16 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel <i>Physical Evidence</i>	91
4.17 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel <i>Physical Evidence</i>	92
4.18 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	93

4.19 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	94
4.20 Rekapitulasi Data Variabel X dan Y	95
4.21 Hasil Uji Validitas	100
4.22 Hasil Uji Reliabilitas	101
4.23 Hasil Uji Asumsi Klasik	102
4.24 Hasil Uji Analisa Regresi Linear Berganda	104
4.25 Hasil Koefisien Determinasi	106
4.26 Hasil Uji F	107
4.27 Hasil Uji T	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual <i>Marketing Mix</i> 7P	39
3.1 Rancangan Penelitian.....	47
4.1 Struktur Organisasi Koperasi Matahari <i>Department Store City Of Tomorrow</i> Surabaya.....	67
4.2 Struktur Organisasi Ikatan Karyawan Matahari . <i>Department Store City Of Tomorrow</i> Surabaya	69
4.3 Struktur Organisasi LKS Bipatri Matahari <i>Department Store City Of Tomorrow</i> Surabaya	71
4.4 Struktur Organisasi Matahari <i>Department Store City Of Tomorrow</i> Surabaya	73

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Berita acara bimbingan skripsi
- Lampiran 2 : Berita Acara Revisi Sidang Skripsi
- Lampiran 3 : Matrik Penelitian
- Lampiran 4 : Daftar Hadir Peserta Seminar Proposal
- Lampiran 5 : Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 6 : Tabulasi Data Penelitian
- Lampiran 7 : Karakteristik Responden Berdasarkan Umur
- Lampiran 8 : Data Olah SPSS Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 9 : Data Olah SPSS Uji Validitas
- Lampiran 10 : Data Olah SPSS Uji Reliabilitas
- Lampiran 11 : Data Olah SPSS Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 12 : Data Olah SPSS Uji Regresi Linear Berganda