

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil'alamiin segala puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun skripsi yang berjudul **"Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Calon Pengantin Menggunakan Jasa Wedding Organizer Pada Pameran Wedding Royal Plaza Surabaya (2019)"**, dapat diselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi - tingginya penulis sampaikan kepada yang terhormat :

1. Drs. Djoko Adi Walujo, S.T., M.M., DBA. selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Dra. Siti Istikhoroh, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Fachrudiy As'ari, DR., MM., SPSY. Selaku dosen pembimbing skripsi dan pendamping penulisan yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan bimbingan dalam menyusun skripsi dengan sangat sabar dan memprioritaskan mahasiswanya dengan sebaik-baiknya (khususnya saya).
5. Bapak/Ibu dosen pengajar Program Studi S1 Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan.
6. Kedua orang tuaku yaitu Bapak Untung dan Ibu Sumiati yang telah memberikan do'a, motivasi, semangat, dan

dukungan kepada penulis dari awal sampai penulisan skripsi ini selesai.

7. Teman - teman Manajemen 2015 D terima kasih atas segala bantuannya.
8. Teman - teman Program Studi Manajemen angkatan 2015 terima kasih atas segala bantuannya.
9. Semua pihak yang telah membantu, mendukung dan memberikan semangat kepada penulis, sampai penulisan skripsi ini dapat diselesaikan.

Penulis sadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, berbagai saran dan kritik yang membangun dari semua pihak, akan diterima sebagai masukan. Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak di atas, mendapat imbalan yang sepadan dari Allah SWT, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Amin.

Surabaya, 20 Juli 2020

Penulis

## **ABSTRACT**

*The study with the title "Effect of Marketing Mix on Decisions of Prospective Brides Using Wedding Organizer Services at the Surabaya Royal Plaza Wedding Exhibition" aims to examine the effect of products, prices, promotions, location, people / tablespoons, physical evidence, and the process of purchasing decisions partially or simultaneously . The population in this study were visitors to the Royal Plaza Surabaya wedding exhibition, sampling techniques using non-probability sampling. The instrument test of this study used the validity and reliability test. The classic assumption test uses normality test, multicollinearity test, heterokedasticity test and autocorrelation test. Results of hypothesis testing using the SPSS 24.0 program. The regression equation obtained is  $Y = 6.927 + (-0.096) + 0.276 + 0.127 + 0.196 + (-0.089) + 0.280 + 0.084 + e$  with an R of 0.688 and R2 of 0.474. Based on the analysis conducted, the R2 coefficient value is 0.474, this shows that product, price, promotion, location, people / tablespoons, physical evidence, and process variables can influence the purchasing decision variable by 47.4%. While 52.6% is influenced by other independent variables not included in this study.*

**Keywords:** *Product, Price, Promotion, Location, Person / Human Resources, Physical Proof, Purchasing Process and Decision*

## ABSTRAK

Penelitian dengan judul **“Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Calon Pengantin Menggunakan Jasa Wedding Organizer Pada Pameran Wedding Royal Plaza Surabaya”** bertujuan untuk meneliti pengaruh produk, harga, promosi, lokasi, orang/sdm, bukti fisik, dan proses terhadap keputusan pembelian secara parsial maupun simultan. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung pameran *wedding* Royal Plaza Surabaya, teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling*. Uji instrumen penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Uji asumsi klasik menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas dan uji autokorelasi. Hasil dari uji hipotesis yang menggunakan program spss 24.0. Diperoleh persamaan regresi yaitu  $Y = 6,927 + (-0,096) + 0,276 + 0,127 + 0,196 + (-0,089) + 0,280 + 0,084 + e$  dengan R sebesar 0,688 dan  $R^2$  sebesar 0,474. Berdasarkan analisis yang dilakukan diperoleh nilai koefisien  $R^2$  sebesar 0,474, hal ini menunjukkan bahwa variabel produk, harga, promosi, lokasi, orang/sdm, bukti fisik, dan proses dapat mempengaruhi variabel keputusan pembelian sebesar 47,4%. Sedangkan 52,6% dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

**Kata kunci :** Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Orang / Sdm, Bukti Fisik, Proses dan Keputusan Pembelian

## DAFTAR ISI

|                                  | <b>Halaman</b> |
|----------------------------------|----------------|
| HALAMAN PERSETUJUAN .....        | ii             |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN..... | iii            |
| KATA PENGANTAR .....             | iv             |
| ABSTRACT.....                    | vi             |
| ABSTRAK.....                     | vii            |
| DAFTAR ISI.....                  | viii           |
| DAFTAR TABEL.....                | xii            |
| DAFTAR GAMBAR .....              | xiii           |
| DAFTAR LAMPIRAN.....             | xiv            |

### **BAB I PENDAHULUAN**

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| 1.1 Latar Belakang.....     | 1  |
| 1.2 Rumusan Masalah .....   | 9  |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....  | 10 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 11 |

### **BAB II TELAAH PUSTAKA**

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| 2.1 Penelitian Terdahulu .....      | 13 |
| 2.2 Landasan Teori                  |    |
| 2.2.1 Strategi Pemasaran .....      | 17 |
| 2.2.2 Bauran Pemasaran .....        | 18 |
| 2.2.3 Produk                        |    |
| 2.2.3.1 Pengertian Produk.....      | 21 |
| 2.2.3.2 Faktor – Faktor Produk..... | 22 |
| 2.2.3.3 Indikator Produk.....       | 22 |
| 2.2.4 Harga                         |    |
| 2.2.4.1 Pengertian Harga .....      | 24 |
| 2.2.4.2 Faktor – Faktor Harga ..... | 25 |
| 2.2.4.3 Indikator Harga.....        | 27 |
| 2.2.5 Promosi                       |    |

|          |  |    |
|----------|--|----|
| 2.2.5.1  | Pengertian Promosi.....                | 28 |
| 2.2.5.2  | Faktor-Faktor Promosi.....             | 29 |
| 2.2.5.3  | Indikator Promosi.....                 | 30 |
| 2.2.6    | Lokasi                                 |    |
| 2.2.6.1  | Pengertian Lokasi.....                 | 32 |
| 2.2.6.2  | Faktor-Faktor Lokasi.....              | 32 |
| 2.2.6.3  | Indikator Lokasi.....                  | 34 |
| 2.2.7    | Orang                                  |    |
| 2.2.7.1  | Pengertian Orang.....                  | 35 |
| 2.2.7.2  | Faktor-Faktor Orang.....               | 36 |
| 2.2.7.3  | Indikator Orang.....                   | 37 |
| 2.2.8    | Bukti Fisik                            |    |
| 2.2.8.1  | Pengertian Bukti Fisik.....            | 37 |
| 2.2.8.2  | Faktor-Faktor Bukti Fisik.....         | 38 |
| 2.2.8.3  | Indikator Bukti Fisik.....             | 39 |
| 2.2.9    | Proses                                 |    |
| 2.2.9.1  | Pengertian Proses.....                 | 40 |
| 2.2.9.2  | Indikator Proses.....                  | 41 |
| 2.2.10   | Keputusan Pembelian                    |    |
| 2.2.10.1 | Pengertian Keputusan Pembelian.....    | 42 |
| 2.2.10.2 | Faktor-Faktor Keputusan Pembelian..... | 43 |
| 2.2.10.3 | Indikator Keputusan Pembelian.....     | 44 |
| 2.3      | KerangkaKonseptual.....                | 45 |
| 2.4      | Hipotesis.....                         | 47 |

### **BAB III METODE PENELITIAN**

|       |  |    |
|-------|--|----|
| 3.1   | Rancangan Peneliti.....                        | 49 |
| 3.2   | Populasi, Sampel, danTeknik Pengambilan Sampel |    |
| 3.2.1 | Populasi.....                                  | 51 |
| 3.2.2 | Sampel.....                                    | 51 |
| 3.2.3 | Teknik Pengambilan sampel.....                 | 52 |
| 3.3   | Jenis dan Sumber Data.....                     | 53 |
| 3.4   | TeknikPengumpulan Data                         |    |
| 3.4.1 | Kuesioner.....                                 | 54 |

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 3.4.2 | Observasi .....                                       | 54 |
| 3.4.3 | Interview .....                                       | 54 |
| 3.4.4 | Dokumentasi .....                                     | 55 |
| 3.4.5 | Prosedur Pengumpulan Data .....                       | 55 |
| 3.4.6 | Skala Pengukuran .....                                | 56 |
| 3.4.7 | Jadwal Penelitian .....                               | 56 |
| 3.5   | Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel |    |
| 3.5.1 | Variabel Penelitian.....                              | 56 |
| 3.5.2 | Definisi Operasional Variabel .....                   | 57 |
| 3.6   | Teknik Analisis Data                                  |    |
| 3.6.1 | Pengujian Instrumen Penelitian.....                   | 65 |
| 3.6.2 | Pengujian Asumsi Klasik.....                          | 66 |
| 3.6.3 | Analisa Regresi Linear Berganda.....                  | 69 |
| 3.6.4 | Pengujian Hipotesis .....                             | 70 |

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

|         |  |    |
|---------|--|----|
| 4.1.    | Gambaran Umum Objek Penelitian               |    |
| 4.1.1.  | Profil Pameran wedding Organizer             |    |
|         | Royal Plaza Surabaya .....                   | 72 |
| 4.2.    | Gambaran Umum Responden .....                | 73 |
| 4.2.1.  | Identifikasi Responden Berdasarkan Usia..... | 73 |
| 4.3.    | Analisis Data Penelitian.....                | 75 |
| 4.3.1   | Uji Instrumen Penelitian.....                | 75 |
| 4.3.1.1 | Uji Validitas.....                           | 57 |
| 4.3.1.2 | Uji Reliabilitas .....                       | 59 |
| 4.3.2   | Pengujian Asumsi Klasik.....                 | 79 |
| 4.3.2.1 | Uji Normalitas .....                         | 80 |
| 4.3.2.2 | Uji Multikolinieritas .....                  | 81 |
| 4.3.2.3 | Uji Autokorelasi .....                       | 82 |
| 4.3.2.4 | Uji Heterokedastisitas .....                 | 83 |
| 4.3.3   | Analisis Regresi Linear Berganda .....       | 85 |
| 4.3.4   | Pengujian Hipotesis .....                    | 88 |
| 4.3.4.1 | Uji T.....                                   | 88 |
| 4.3.4.2 | Uji F.....                                   | 92 |

|  |    |
|--|----|
| 4.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....      | 99 |
| 4.4.1 Pembahasan Profil Responden .....    | 99 |
| 4.4.2 Pembahasan Pengujian Hipotesis ..... | 99 |

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

|                      |    |
|----------------------|----|
| 5.1. Kesimpulan..... | 93 |
| 5.2. Saran.....      | 95 |

|                            |           |
|----------------------------|-----------|
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b> | <b>98</b> |
|----------------------------|-----------|



## DAFTAR TABEL

| <b>Tabel</b>   | <b>Halaman</b> |
|--|----------------|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....  | 14             |
| Tabel 3.1 Jumlah rata - rata pengunjung yang menghadiri pameran wedding di Royal Plaza Surabaya..... | 51             |
| Tabel 3.2 Skala Likert .....   | 56             |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....  | 74             |
| Tabel 4.2 Uji Validitas .....  | 75             |
| Tabel 4.3 Uji reliabilitas .....   | 78             |
| Tabel 4.4 Uji Multikolonieritas.....   | 82             |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Autokorelasi.....  | 88             |
| Tabel 4.6 Uji Regresi Linier Berganda .....  | 85             |
| Tabel 4.7 Hasil Uji T .....  | 89             |
| Tabel 4.8 Hasil Uji F .....  | 92             |

## DAFTAR GAMBAR

| <b>Gambar</b>                    | <b>Halaman</b> |
|----------------------------------|----------------|
| 2.1 Kerangka Konseptual.....     | 45             |
| 3.1 Rancangan Penelitian.....    | 50             |
| 4.1 Uji Normalitas .....         | 80             |
| 4.2 Uji Heteroskedastisitas..... | 84             |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian Dari Kampus

Lampiran 2 Surat Balasan Dari Perusahaan

Lampiran 3 Berita Acara Bimbingan Skripsi

Lampiran 4 Matrik

Lampiran 5 Kuisisioner

Lampiran 6 Daftar Hadir Seminar Proposal

Lampiran 7 Rekapitulasi Total Skor Jawaban Responden

Lampiran 8 Lampiran OutPut SPSS Pengolahan Data



