

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN
DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA MINIMARKET DAILY MART TANAH MAS**



**Disusun untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Diploma III
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

**Oleh:
Mentari Putri
061330600474**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
ADMINISTRASI BISNIS
PALEMBANG
2016**

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN
DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA MINIMARKET DAILY MART TANAH MAS**



LAPORAN AKHIR

**Disusun untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Diploma III
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Oleh:

Mentari Putri

061330600474

Menyetujui,

Pembimbing I,

**Pridson Mandiangan, S.E., M.M.
NIP 195803201989101001**

Pembimbing II,

**Trisilowati, S.E., M.M.
NIP 196307301989112001**

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis**

**A. Jalaluddin S, S.E., M.Hum.Res.M.
NIP 196008061989101001**



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
Jalan Srijaya Negara, Palembang 30139
Telp. 0711-353414 Fax. 0711-355918

Website : www.polisriwijaya.ac.id E-mail : info@polsri.ac.id



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mentari Putri
NPM : 061330600474
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Analisis Bauran Pemasaran dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen pada Minimarket Daily Mart Tanah Mas

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut diatas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir bukanlah plagiat/salinan laporan milik orang lain.
3. Apabila laporan akhir saya plagiat/menyalin laporan akhir milik orang lain, saya siap menerima segala sanksi yang diberikan.

Dengan demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, Juli 2016

Yang membuat pernyataan



Mentari Putri

NPM 061330600474

LEMBAR PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : Mentari Putri
NPM : 061330600474
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Judul Laporan Akhir : Analisis Bauran Pemasaran dalam
Pengambilan Keputusan Pembelian
Konsumen pada Minimarket Daily Mart
Tanah Mas

Telah dipertahankan dihadapan Dosen Penguji Ujian Laporan Akhir

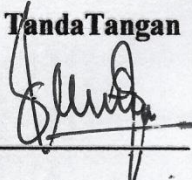
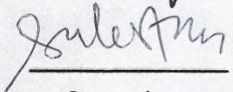
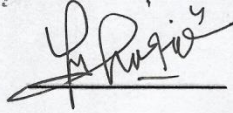
Jurusan Administrasi Bisnis

Dan dinyatakan LULUS

Pada Hari: Rabu

Tanggal: 03 Agustus 2016

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Pridson Mandiangan, S.E., M.M.</u> Ketua		<u>10-8-2016</u>
2.	<u>Sari Lestari Z. R, S.E., M.Ec</u> Anggota		<u>10-8-2016</u>
3.	<u>Yusleli Herawati, S.E., M.M.</u> Anggota		<u>10-8-2016</u>

MOTTO

Dunia ini penuh dengan hal-hal yang tak terduga. Namun yakinlah Allah akan selalu bersamamu disetiap keadaan, jadi teruslah berfikir positif karena Allah itu sebagaimana prasangka hamba-Nya.

Kupersembahkan Untuk:

- *Kedua orang tua tercinta
yang selalu memberikan dukungan dan do'a*
- *Saudara-saudaraku yang terkasih*
- *Teman-teman NA 2013 yang bersama berjuang*
- *Dan Almamater yang selalu aku banggakan*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur hanya milik Allah SWT karena berkat limpahan rahmat dan pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir dengan judul **“Analisis Bauran Pemasaran dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen pada Minimarket Daily Mart Tanah Mas”**. Tak lupa sholawat serta salam penulis curahkan kepada suri tauladan kita, penuntun umat dari zaman jahiliah ke jalan yang lurus, Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Adapun maksud dari Laporan Akhir ini dibuat untuk memenuhi persyaratan akademik guna menyelesaikan Pendidikan Diploma III Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Penulis menyadari adanya kekurangan dan ketidaksempurnaan dalam penulisan laporan ini yang disebabkan keterbatasan penulis terhadap ilmu pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kesempurnaan Laporan Akhir ini.

Akhir kata penulis berharap semoga Laporan Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya. Aamiin.

Palembang, Juli 2016

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyusunan laporan Akhir ini, Penulis telah berusaha sebaik mungkin agar laporan ini dapat bermanfaat dan memberikan informasi bagi semua pihak. Penulis menyadari dalam penyusunan laporan Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan, baik dalam penyajian maupun dalam menganalisa. Oleh karena itu dalam penulisan laporan ini dibantu oleh beberapa pihak yang bersedia membimbing penulis dalam penyelesaian laporan ini.

Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
2. Bapak A. Jalaluddin S, S.E., M.HumRes.M., selaku ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
3. Bapak Divianto, S.E., M.M., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
4. Bapak Pridson Mandiangan, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu, memberikan banyak bantuan dan kontribusi dalam menyelesaikan Laporan Akhir dan menjadi penguji dalam sidang komprehensif.
5. Ibu Trisilowati, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, memberikan banyak bantuan dan kontribusi dalam menyelesaikan Laporan Akhir.
6. Ibu Sari Lestari Z. R, S.E., M.Ec. dan Ibu Yusleli Herawati, S.E., M.M. selaku penguji dalam sidang komprehensif.
7. Bapak Hendra Setiawan sebagai pemilik Minimarket Daily Mart Tanah Mas beserta karyawan.
8. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan dukungan, bimbingan, doa dan bantuan yang tak ternilai harganya selama menempuh masa pendidikan dari TK, SD, SMP, SMA dan akhirnya di Perguruan Tinggi ini.

9. Para dosen yang telah memberikan banyak ilmu selama penulis menuntut ilmu di Politeknik Negeri Sriwijaya.
10. Bu Mia selaku petugas perpustakaan dan para staff Lembaga Pendidikan Politeknik Negeri Sriwijaya khususnya Jurusan Administrasi Bisnis.
11. Sahabat – sahabat terbaikkku Ety, Devi, Shandyah, Wirda, dan Meli yang telah menemani pembuatan laporan dan saling menyemangati sehingga terbuatlah Laporan Akhir ini.
12. Rekan – rekan mahasiswa khususnya kelas 6 NA yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
13. Semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan dan bimbingan kepada penulis, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah Bapak, Ibu, dan rekan-rekan berikan dan semoga kita selalu dalam perlindungan-Nya. Aamiin.

Palembang, Juli 2016

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kontribusi bauran pemasaran beserta dimensi bauran pemasaran yang paling dominan dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen pada Minimarket Daily Mart Tanah Mas. Adapun yang melatarbelakangi penelitian ini yaitu adanya beberapa pesaing Minimarket Daily Mart Tanah Mas di wilayah yang sama. Populasi penelitian ini diambil dari konsumen yang berbelanja di Minimarket Daily Mart dengan jumlah sampel 50 responden. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* dengan metode *Accidental Sampling* yaitu siapa saja yang bertemu peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang tersebut cocok sebagai sumber data. Analisis ini menggunakan perhitungan persentase dimensi bauran pemasaran dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen, yaitu produk, harga, promosi dan saluran distribusi yang kemudian digolongkan menggunakan dasar interpretasi. Berdasarkan hasil kuesioner dari 50 responden penelitian, diketahui bahwa dimensi saluran distribusi merupakan dimensi dominan dengan persentase sebesar 88,16% dan dimensi promosi merupakan dimensi dengan persentase terendah yaitu sebesar 74,1%. Konsumen mengaku bahwa mereka setuju untuk membeli barang-barang di Minimarket Daily Mart Tanah Mas karena beberapa alasan, seperti kebutuhan, rekomendasi, nyaman, produk dan harga terjangkau, dan pelayanan pramuniaga.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This report aims to know how is the contribution of marketing mix and the most dominant marketing mix's dimension in consumer taking purchase decision at Minimarket Daily Mart Tanah Mas. Background of this research due to some Minimarket Daily Mart Tanah Mas' opponents in the same area. Population of the research is whole consumers and the sample are about 50 respondents. In this case, author is using Non-Probability Sampling technique with Accidental Sampling method, it means everyone can be chosen as sample if author thinks they are suitable as source. Percentage formula is used to analyze the answers about marketing mix dimensions in consumer purchasing decision, there are 25 questions and following questions are about product, price, promotion, and place then classify using interpretation score criteria. According to the result of questionnaires have spread, the highest dimension contributes in consumer taking purchase decision is place which gain 88,16% and the promotion is the lowest which it only has 74,1%. Consumers confess that they are agree to purchase goods in Minimarket Daily Mart Tanah Mas because of some reasons such as their needs, recommendation people, comfortable, product and price offered, and their salesperson.

Keyword: Marketing Mix, Purchase Decision.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMAKASIH	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang	1
1. 2 Perumusan Masalah	3
1. 3 Ruang Lingkup Pembahasan	4
1. 4 Tujuan dan Manfaat	4
1. 4.1 Tujuan	4
1. 4.2 Manfaat	4
1. 5 Metode Penelitian	5
1. 5.1 Ruang Lingkup Penelitian	5
1. 5.2 Jenis dan Sumber Data	5
1. 5.3 Teknik Pengumpulan Data	5
1. 5.4 Populasi dan Sampel	7
1. 6 Analisis Data	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2. 1 Pengertian Pemasaran	12
2. 2 Produk	13
2. 3 Harga	14
2. 4 Promosi	15
2. 5 Saluran Distribusi	16
2. 6 Keputusan Pembelian	17
2. 6.1 Pengertian Keputusan Pembelian	17
2. 6.2 Proses Pengambilan Keputusan	17

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

3. 1 Sejarah Singkat Perusahaan	21
3. 2 Visi dan Misi	22
3. 2.1 Visi	22
3. 2.2 Misi	22
3. 3 Struktur Organisasi	22
3. 4 Uraian Tugas dan Wewenang	23
3. 5 Aktivitas Minimarket	24
3. 6 Profil Responden	25

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4. 1 Analisis Bauran Pemasaran dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Minimarket Daily Mart Tanah Mas	28
4. 2 Dimensi Bauran Pemasaran yang Paling Dominan pada Minimarket Daily Mart Tanah Mas	58

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5. 1 Kesimpulan	62
5. 2 Saran	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Minimarket Daily Mart Tanah Mas	22
Gambar 4.1 Grafik Persentase Bauran Pemasaran pada Setiap Dimensi	60

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Skala Pengukuran Bauran Pemasaran	10
Tabel 1.2 Dasar Interpretasi Skor Item dalam Variabel Penelitian	11
Tabel 3.1 Responden Berdasarkan Usia	25
Tabel 3.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	26
Tabel 3.3 Responden Berdasarkan Pendidikan	26
Tabel 3.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	27
Tabel 4.1 Dasar Interpretasi Skor Item dalam Variabel Penelitian	29
Tabel 4.2 Bauran Pemasaran pada Dimensi Produk (<i>Product</i>)	29
Tabel 4.3 Bauran Pemasaran pada Dimensi Harga (<i>Price</i>)	36
Tabel 4.4 Bauran Pemasaran pada Dimensi Promosi (<i>Promotion</i>)	40
Tabel 4.5 Bauran Pemasaran pada Dimensi Saluran Distribusi (<i>Place</i>)	45
Tabel 4.6 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	51
Tabel 4.7 Hasil Persentase pada Setiap Dimensi Bauran Pemasaran ..	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Lembar Rekomendasi
Lampiran 2	Lembar Konsultasi Pembimbing 1
Lampiran 3	Lembar Konsultasi Pembimbing II
Lampiran 4	Surat Izin Pengambilan Data
Lampiran 5	Lembar Kunjungan Mahasiswa
Lampiran 6	Kuesioner