

**PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UNILEVER DI MINI MARKET
RIE-MART DEMANG**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Diploma III
Pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Disusun Oleh

**Afifah Marlia Putri
0615 3060 1185**

**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG
2018**

**PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UNILEVER DI MINI MARKET
RIE-MART DEMANG**



**Dibuat Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Diploma III
Pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**


Oleh:

**Afifah Marlia Putri
0615 3060 1185**

Menyetujui,

Palembang, Agustus 2018

Pembimbing I,


**Purwati, S.E., M.M.
NIP 196507111988032002**

Pembimbing II,


**Yahya, S.E., M.Si.
NIP 195805081990031002**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis



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

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
Jalan Srijaya Negara Bukit Besar, Palembang 30139
Telp. 0711-353414 Fax. 0711-355918
Website: www.polsri.ac.id , E-mail: info@polsri.ac.id



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Afifah Marlia Putri
NPM : 0615 3060 1185
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis / Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Unilever di Mini Market Rie-Mart Demang

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan Akhir yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/salinan dari Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya terbukti plagiat/salinan dari Laporan Akhir milik orang lain, saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

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

Palembang, 12 Juli 2018
Yang membuat pernyataan,



Afifah Marlia Putri
NPM 0615 3060 1185

LEMBAR PENGESAHAN


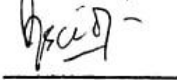
Nama Mahasiswa : Afifah Marlia Putri
NIM : 0615 3060 1185
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap
Keputusan Pembelian Produk Unilever di Mini
Market Rie-Mart Demang

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Ujian Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis
Dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari: **Senin**

Tanggal: **06 Agustus 2018**

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Nirwan Rasvid, S.E., M.M.</u> Ketua	 _____	<u>11 Agustus 2018</u>
2.	<u>Lisnini, S.E., M.Si.</u> Anggota	 _____	<u>13 Agustus 2018</u>

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Kepuasan konsumen adalah keutamaan bagi perusahaan. Terciptanya pemahaman konsumen terhadap suatu merek produk adalah pencapaian besar bagi perusahaan”

-Afifah Marlia Putri-

“Apa yang menurutmu baik, belum tentu baik menurutNya. Dan apa yang menurutmu tidak baik, mungkin itu pilihan terbaik unutmku dariNya. Manusia hanya mampu berencana, Tuhan lah yang berkehendak mengaturnya”

-Afifah Marlia Putri-

Penulis persembahkan kepada:

- *Kedua Orang Tuaku tercinta*
- *Saudara-saudaraku tersayang*
- *Dosen Pembimbingku*
- *Teman Seperjuangan Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2015*
- *Almamaterku Polstri*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir dengan judul **“Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Unilever di Mini Market Rie-Mart Demang”**.

Tujuan penyusunan Laporan Akhir ini untuk mengetahui pengaruh strategi bauran pemasaran terhadap produk unilevers serta untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan pendidikan diploma III pada jurusan Administrasi Bisnis program studi Administrasi Bisnis di Politeknik Negeri Sriwijaya.

Penulis menyadari bahwa Laporan Akhir ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan baik segi penyajian maupun segi pembahasannya. Hal ini di karenakan keterbatasan kemampuan dan ilmu yang penulis miliki. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang bersifat membangun demi perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih atas bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini.

Palembang, Juli 2018

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena penulis dapat menyelesaikan laporan akhir ini tepat pada waktunya. Penulis menyadari bahwa penulisan laporan akhir ini tidak akan berjalan dengan baik dan lancar tanpa bantuan, bimbingan, pengarahan, dan motivasi dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, MT., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
2. Bapak A. Jalaluddin Sayuti, S.E., M.Hum. Res.M., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis.
3. Bapak Divianto, S.E., M.M., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis.
4. Ibu Purwati, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I Laporan Akhir yang telah memotivasi, mengarahkan dan membimbing penulis dalam penyelesaian laporan ini.
5. Bapak Yahya, S.E., M.si, selaku Dosen Pembimbing II Laporan Akhir yang telah memotivasi, mengarahkan dan membimbing penulis dalam penyusunan laporan ini.
6. Mini Market Rie-Mart Demang yang menjadi objek penelitian penulis, yang telah memberikan informasi, masukan dan saran terkait dengan penyusunan laporan ini.
7. Seluruh Dosen dan Staff Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
8. Kedua orang tua saya tercinta (Bapak Abistar Sirait dan Ibu Rospita Manurung) yang telah memberikan dan mencurahkan segalanya dalam bentuk doa, dukungan dan materi.
9. Teman seperjuangan di jurusan Administrasi Bisnis khususnya kelas 6 NB

10. Semua pihak yang turut membantu dalam proses menyelesaikan Laporan Akhir ini.

Semoga amal baik yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan imbalan dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis berharap semoga laporan yang dibuat dapat bermanfaat bagi kita semua,

Palembang, Juli 2018

Penulis

ABSTRAK

Tujuan Penyusunan Laporan Akhir ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Unilever di Mini Market Rie-Mart yang ada di Jalan Demang Lebar Daun, Palembang, Sumatera Selatan, dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian produk Unilever. Untuk mengetahui jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin maka didapat jumlah sampel sebanyak 100 orang. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 3,063 + 0,190 X_1 + 0,343 X_2 + 0,128 X_3 + 0,213 X_4$. Berdasarkan analisis data statistik indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada analisis regresi berganda variabel bebas yang paling dominan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Unilever di mini market Rie-Mart yaitu Produk (X_2) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,343 dan pengaruh signifikannya 0.000 dengan arti bahwa variable tersebut sangat mempengaruhi. Untuk peneliti selanjutnya disarankan melakukan penelitian dengan memasukan variabel lain diluar variabel Harga, Produk, Promosi dan Tempat sehingga dapat memberikan pengetahuan dibidang pemasaran.

Kata kunci: Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian

Abstract

The purposes of this final project were to find out how the influence of Marketing Mix towards customers' purchasing decision on Unilever products in Mini Market Rie-Mart, which is located in Jalan Demang Lebar Daun, Palembang, Sumatra Selatan. It also to analyze the most significant factors in influencing customers' purchasing decision of Unilever products. The sample of this final project was 100 respondents which was selected by using Slovin formula. Based on the result of the final project showed that the regression equation as follows;

$Y = 3,063 + 0,190X_1 + 0,343X_2 + 0,128X_3 + 0,213X_4$. Based on the data analysis statistics, the indicators of this final project were valid and the variables were reliable. In multiple regression analysis, the most dominant independent variable towards customers' purchasing decision on Unilever products in Mini Market Rie-Mart was Product (X_2) with a regression coefficient of 0,343 and the significant influence of 0,000, which meant the independent variable had significant influence. Moreover, it is suggested for the future researchers to do the research by giving other variables, such as price, products, promotions, and places in order to provide more knowledge in marketing.

Keyword: Marketing mix, consumer decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PESETUJUAN LAPORAN AKHIR	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	3
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
1.4.1 Tujuan	3
1.4.2 Manfaat	3
1.5 Metodologi Penelitian.....	4
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian	4
1.5.2 Jenis dan Sumber Data.....	4
1.6 Populasi dan Sampel	4
1.7 Analisis Data	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran	8
2.2 Strategi Bauran Pemasaran	8
2.3 Konsep Bauran Pemasaran	10

2.3.1 Pengertian Produk	10
2.3.2 Manfaat dan Fungsi Produk	11
2.3.3 Pengertian Harga.....	11
2.3.4 Konsep dan Peranan Harga.....	12
2.3.5 Stratei Promosi dan Komponennya.....	12
2.3.6 Saluran Distribusi Pemasaran.....	13
2.4 Pengertian Perilaku Konsumen	14
2.4.1 Model Perilaku Konsumen yang Sederhana	14
2.4.2 Keputusan Pembelian Konsumen	15

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	17
3.2 Visi, Misi, Nilai, Tujuan dan Komitmen Perusahaan.....	18
3.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	18
3.4 Uraian Tugas	20
3.5 Macam-Macam Produk Unilever di Rie-Mart.....	22
3.6 Profil Responden	26

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas.....	28
4.2 Uji Reliabilitas.....	32
4.3 Uji Hipotesis	33
4.3.1 Uji F.....	33
4.3.2 Uji T.....	34
4.4 Regresi Linear Berganda	38
4.5 Koefisien Berganda	42
4.6 Pembahasan	43
4.6.1 Bagaimana pengaruh strategi bauran pemasaran.....	43
4.6.2 Variabel yang paling berpengaruh	45

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	46
5.2 Saran	47

DAFTAR PUSTAKA	48
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Tahapan Dalam Keputusan Pembelian	16
Gambar 3.1 Struktur Organisasi	20
Gambar 3.2 Tampak depan Mini Market.....	22
Gambar 3.3 Display Produk Unilever.....	23
Gambar 3.4 Display Produk Unilever.....	23
Gambar 3.5 Display Produk Unilver.....	24

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Jenis Produk Unilever	25
Tabel 3.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	26
Tabel 3.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	26
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel X1 (Harga)	29
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel X2 (Produk)	30
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel X3 (Promosi)	30
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel X4 (Tempat)	31
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)	32
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	33
Tabel 4.7 Data perhitungan SPSS	34
Tabel 4.8 Hasil Uji T (Uji Parsial).....	34
Tabel 4.9 Koefisien Regresi	39
Tabel 4.10 Data Perhitungan SPSS	42

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Lembar Kesepakatan Laporan Akhir Pembimbing I
- Lampiran 2 Lembar Kesepakatan Laporan Akhir Pembimbing II
- Lampiran 3 Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
- Lampiran 4 Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II
- Lampiran 5 Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 7 Lembar Kuisisioner
- Lampiran 8 Lembar Kunjungan Mahasiswa
- Lampiran 9 Surat izin permintaan data
- Lampiran 10 Hasil Data Perhitungan SPSS 16.0
- Lampiran 11 Lembar Persetujuan Revisi Laporan Akhir