

**ANALISIS PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN WARDAH
(Studi Kasus Pada Konsumen Roxy Swalayan di Kabupaten Ende)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



OLEH

**KALSUM
NIM : 2017410923**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS FLORES

ENDE

2022

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Kalsum

Nim : 2017 410 923

Judul : **ANALISIS PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN WARDAH (Studi Kasus Pada Konsumen Roxy Swalayan di Kabupaten Ende)**

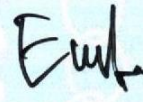
Ende, 02 Februari 2022

Telah Diujikan Di Depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Hyronimus Se, SE.,MM
NIDN: 08 2909 7501


Maria Endang Jamu, SE.,MM
NIDN. 08 1410 9101

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Flores



LEMBAR PENGESAHAN

Telah diujikan dan disahkan Oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores Untuk Dipertahankan Guna Memperoleh Sarjana Manajemen Pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 02 Februari 2022

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

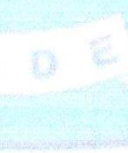





Iriany Dewi Soleiman, SE., M.Sc
NIDN: 08 2603 7001
DEKAN

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



Lambertus Lambertus, SE., M.Sc
NIDN: 08 2607 7101
FAKULTAS EKONOMI

Tim Penguji:

- | | | |
|----|---|---------|
| 01 | <u>Dr. Rafael Octavianus Byre, SE., M.Sc</u>
NIDN : 08 2609 7401 | 1. |
| 02 | <u>Maria Helena Carolinda Dua Mea, S.S., MM</u>
NIDN: 08 3110 8301 | 2. |
| 03 | <u>Gabriel Tanusi, SE., M.Si</u>
NIDN. 08 2706 7101 | 3. |
| 04 | <u>Maria Endang Jamu, SE., MM</u>
NIDN. 08 1410 9101 | 4. |
| 05 | <u>Dr. Hyronimus Se, SE., MM</u>
NIDN: 08 2909 7501 | 5. |
- 







UNIVERSITAS FLORES
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul:

“ANALISIS PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN WARDAH (Studi Kasus Pada Konsumen Roxy Swalayan di Kabupaten Ende)”

Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal, 02 Februari 2022 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan bahwa gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisan aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bilah kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Ende, 02 Februari 2022
Yang Memberi Pernyataan



Kalsum
NIM : 2017410923

MOTTO

**Jangan Bandingkan prosesmu dengan orang lain
karena tidak semua bunga tumbuh mekar secara bersamaan.**

Kalsum

PERSEMBAHAN

Puji serta Syukur saya haturkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu memberikan saya kekuatan dan membekali saya dengan ilmu. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Saya persembahkan karya ini kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa menyertai peneliti dalam menjalani proses pendidikan.
2. Bapa (Asdin Ahmad) dan Mama (Nur Aini) yang menjadi motivasi dan telah memberikan kasih sayang, dukungan serta cinta kasih yang tiada terhingga.
3. Kaka, adik saya (Kakak Duski, Kakak Ansor, Kaka Furqan, Kaka Vivi) serta keluarga yang telah memberikan semangat dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Sahabat-sahabat saya (Theodora Virati Nao, Surya Triyanda, Milda Minggu, In Wunu, Tia Dolo, Asti Poso, Ati Sadi, Elsa Senda, Ifa, Dita, Aldi, Nesti, Hedwig, Sandy yang selalu memberikan motivasi, nasihat dukungan yang selalu membuat semangat menyelesaikan skripsi ini.
5. Dosen pembimbing I Bapak (Hyronimus Se, SE.,MM) dan dosen pembimbing II Ibu (Maria Endang Jamu, SE.,MM) yang telah meluangkan waktu untuk membimbing peneliti dengan penuh kesabaran dan perhatian, serta Semua pendidik dan penjasa yang telah dengan caranya sendiri mendukung saya dalam meraih pendidikan.
6. Almamaterku tercinta Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Flores.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan karunia dan berkatnya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian dengan judul *“Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Wardah (Studi Kasus Pada Konsumen Roxy Swalayan Di Kabupaten Ende)”* ini dengan baik.

Dalam menyelesaikan proposal ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Rektor dan Para Wakil Rektor Universitas Flores
2. Dekan dan Para Wakil Dekan Universitas Flores
3. Ketua Program Studi Manajemen beserta semua Staf Dosen dan seluruh Karyawan yang telah melancarkan urusan penulis.
4. Bapak selaku pembimbing I Bapak Hyronimus Se, SE.,MM dan Ibu selaku dosen pembimbing II Ibu Maria Endang Jamu, SE.,MM yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing dan mengarahkan penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi.
5. Kedua Orang Tua penulis yang sangat mendukung penulis dalam segala hal, sehingga penulis bisa sampai pada tahap ini.
6. Sahabat-sahabat penulis (Theodora Virati Nao, Surya Triyanda, Milda Minggu, In Wunu, Tia Dolo, Asti Poso, Ati Sadi, Elsa Senda, Ifa, Dita, Aldi, Nesti, Hedwig, Sandy)

7. Kawan-kawan seperjuangan angkatan 2017 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Flores.
8. Para responden yang telah bersedia memberikan data-data yang penulis butuhkan dalam penelitian ini.

Akhirnya penulis menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk segala masukan, kritik dan saran demi perbaikan laporan agar dapat mencapai kesempurnaan, penulis terima dengan senang hati dan akhirnya penulis mengharapkan semoga perposal ini dapat bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Ende, Januari 2022

Penulis

ABSTRAK

Kalsum. 2017410923. Analisis pengaruh *Marketing Mix* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan wardah (Studi Kasus Pada Konsumen Roxy Swalayan Di Kabupaten Ende). Skripsi. Ende. Pembimbing I Dr. Hyronimus Se, SE.,M.Sc Pembimbing II Maria Endang Jamu, SE.,MM. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Flores. 2021.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Analisis pengaruh *Marketing Mix* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan wardah (Studi Kasus Pada Konsumen Roxy Swalayan Di Kabupaten Ende). Penelitian menggunakan metode *accidental sampling* dengan sampel berjumlah 91 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan wardah (Studi Kasus Pada Konsumen Roxy Swalayan Di Kabupaten Ende), hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian nilai koefisien variabel Produk sebesar 0,151 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,594 > 1,662$ dengan tingkat signifikan $0,005 < 0,1$, maka H_0 diterima. (2) Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan wardah (Studi Kasus Pada Konsumen Roxy Swalayan Di Kabupaten Ende), hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian nilai koefisien variabel harga sebesar 0,249 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,721 > 1,662$ dengan tingkat signifikan $0,003 < 0,1$, maka H_0 diterima. (3) Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan wardah (Studi Kasus Pada Konsumen Roxy Swalayan Di Kabupaten Ende), hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian nilai koefisien variable promosi sebesar 0,340 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,886 > 1,662$ dengan tingkat signifikan $0,005 < 0,1$, maka H_0 diterima. (4) Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan wardah (Studi Kasus Pada Konsumen Roxy Swalayan Di Kabupaten Ende), hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian nilai koefisien variable Lokasi sebesar 0,239 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,776 > 1,662$ dengan tingkat signifikan $0,007 < 0,1$, maka H_0 diterima.

Koefisien Determinasi (R^2) dalam Analisis pengaruh *Marketing Mix* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan wardah (Studi Kasus Pada Konsumen Roxy Swalayan Di Kabupaten Ende) memiliki nilai sangat kecil 26,9%, sedangkan sisanya sebesar 73,1%. Hal ini dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Marketing Mix, Manajemen Pemasaran, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

calcium. 2017410923. Analysis of the influence of Marketing Mix on Wardah Beauty Product Purchase Decisions (Case Study on Roxy Supermarket Consumers in Ende Regency). Essay. Ende. Advisor I Dr. Hyronimus Se, SE., M.Sc Advisor II Maria Endang Jamu, SE., MM. Management Studies Program. Faculty of Economics. Flores University. 2021.

The purpose of this study was to determine the analysis of the influence of marketing mix on purchasing decisions for wardah beauty products (a case study on Roxy supermarket consumers in Ende Regency). The study used the accidental sampling method with a sample of 91 respondents.

The results of this study indicate that: (1) Products have an effect on purchasing decisions for Wardah Beauty Products (Case Study on Roxy Supermarket Consumers in Ende Regency), this is evidenced by the results of testing the product variable coefficient value of 0.151 and the value of $t_{count} > t_{table}$ that is $3,594 > 1,662$ with a significant level of $0.005 < 0,1$, then H_0 is accepted. (2) Price has an effect on purchasing decisions for Wardah Beauty Products (Case Study on Roxy Supermarket Consumers in Ende Regency), this is evidenced by the results of testing the coefficient value of the price variable of 0.249 and the value of $t_{count} > t_{table}$ which is $3.721 > 1.662$ with a significant level of $0.003 < 0,1$, then H_0 is accepted. (3) Promotion has an effect on purchasing decisions for Wardah Beauty Products (Case Study on Roxy Supermarket Consumers in Ende Regency), this is evidenced by the results of testing the coefficient value of the promotion variable of 0.340 and $t_{count} > t_{table}$ ie $2.886 > 1.662$ with a significant level of $0.005 < 0,1$, then H_0 is accepted. (4) Location has an effect on purchasing decisions for Wardah Beauty Products (Case Study on Roxy Supermarket Consumers in Ende Regency), this is evidenced by the results of testing the coefficient value of the Location variable of 0.239 and $t_{count} > t_{table}$, namely $2.776 > 1.662$ with a significant level of $0.007 < 0,1$, then H_0 is accepted.

The coefficient of determination (R^2) in the analysis of the influence of marketing mix on purchasing decisions for wardah beauty products (a case study on Roxy supermarket consumers in Ende Regency) has a very small value of 26.9%, while the remaining 73.1%. This is influenced by other factors not described in this study.

Keywords: Marketing Mix, Marketing Management, Purchase Decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
MOTO	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran	11
2.1.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	12
2.1.3 Produk	14
2.1.4 Harga	17
2.1.5 Promosi	20
2.1.6 Lokasi	24
2.1.7 Keputusan Pembelian	26
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Pengembangan Hipotesis	31
2.4 Kerangka Pemikiran	34
2.5 Hipotesis	35

BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Pendekatan Penelitian	36
3.2 Lokasi Penelitian	36
3.3 Populasi dan Sampel	36
3.3.1 Populasi	36
3.3.2 Sampel	37
3.4 Definisi operasional variabel	37
3.5 Jenis dan Sumber Data	39
3.6 Teknik Pengumpulan Data	39
3.7 Teknik Pengukuran Data	40
3.8 Metode Analisis Data	41
3.8.1 Uji Instrumen	41
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	43
3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda	45
3.8.4 Uji Hipotesis	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	48
4.1.1 Sejarah Singkat Roxy Swalayan	48
4.2 Deskripsi Responden	48
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	49
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	51
4.3 Uji Instrumen Penelitian	52
4.3.1 Uji Validitas	52
4.3.2 Uji Reliabilitas	54
4.4 Uji Asumsi Klasik	55
4.4.1 Uji Normalitas	55
4.4.2 Uji Multikolinearitas	57
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	58
4.5 Uji Hipotesis	59
4.5.1 Hipotesis Pertama	59

4.5.2 Hipotesis Kedua	61
4.5.3 Hipotesis Ketiga	62
4.5.4 Hipotesis Keempat	64
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	66
4.6.1 Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian	66
4.6.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	67
4.6.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	68
4.6.4 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	70
BAB V PENUTUP	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Produk Wardah, Pixy, Sariayu 2018-2020	5
Tabel 1.2 Data Produk Wardah Dan Harga Tahun 2020	6
Tabel 1.3 Data Pembelian Produk Wardah Tahun 2020	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Defenisi Operasional	38
Tabel 3.2 Pengukuran Data	41
Tabel 4.2.1 Karateristik responden berdasarkan umur	49
Tabel 4.2.2 Karateristik responden berdasarkan pekerjaan	50
Tabel 4.2.3 Karateristik responden berdasarkan penghasilan	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	53
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	56
Tabel 4.6 Uji Multikolinieritas	57
Tabel 4.7 Uji Heteroskedastisitas	58
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Analisis Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Wardah (Studi Kasus Pada Konsumen Roxy Swalayan Di Kabupaten Ende)	59
Tabel 4.9 Hasil Koefisien Determinan Analisis Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Wardah (Studi Kasus Pada Konsumen Roxy Swalayan di Kabupaten Ende)	60
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Wardah (Studi Kasus Pada Konsumen Roxy Swalayan Di Kabupaten Ende)	61
Tabel 4.11 Hasil Koefisien Determinan Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Wardah (Studi Kasus Pada Konsumen Roxy Swalayan di Kabupaten Ende)	62
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Wardah (Studi Kasus Pada Konsumen Roxy Swalayan Di Kabupaten Ende)	63

Tabel 4.13 Hasil Koefisien Determinan Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Wardah (Studi Kasus Pada Konsumen Roxy Swalayan di Kabupaten Ende)	64
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Wardah (Studi Kasus Pada Konsumen Roxy Swalayan Di Kabupaten Ende)	64
Tabel 4.13 Hasil Koefisien Determinan Analisis Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Wardah (Studi Kasus Pada Konsumen Roxy Swalayan di Kab. Ende)	65

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	28
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	35
Gambar 4.2.1 Diagram lingkaran berdasarkan umur	49
Gambar 4.2.2 Gambar diagram lingkaran berdasarkan pekerjaan	51
Gambar 4.2.3 Diagram lingkaran berdasarkan Penghasilan	52