

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MEUBEL PADA UD JATI FLORES**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**OLEH**

**YUNIAR ANANDA SARI**

**2017410864**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS FLORES**

**ENDE**

**2022**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**Nama : YUNIAR ANANDA SARI**

**Nim : 2017410864**

**Judul : PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MEUBEL PADA UD JATI FLORES**

**Ende, 20 Agustus 2022**

**Telah Diujikan Di Depan Tim Penguji**

**Pembimbing I**



**Gabriel Tanusi, SE., M.Si**

**NIDN. 0827067101**

**Pembimbing II**



**Maria Endang Jamu, SE., MM**

**NIDN. 0814109101**

**Mengetahui**

**Ketua program studi manajemen**

**Fakultas ekonomi universitas flores**



  
**Lambertus Langga, SE., M.Sc**  
**NIDN. 0825077101**

## 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 : Sabtu

Tanggal : 20 Agustus 2022

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi

  
Iriany Dewi Soleiman, SE., M.Sc  
NIDN : 0826037001

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

  
Lambertus Langa, SE., M.Sc  
NIDN : 0825077101

Tim Penguji

1. Dr. Rafael O. Byre, SE., M.Sc

NIDN. 0826097401

1.  .....

2. Maria Helena C. Dua Mea, S.S., MM

NIDN. 0831108301

2.  .....


3. Santy Permata Sari, S.AB., MM

NIDN. 0829069001

3.  .....

4. Maria Endang Jamu, SE., MM

NIDN. 0814109101

4.  .....

5. Gabriel Tanusi, SE., M.Si

NIDN. 0827067101

5.  .....



**UNIVERSITAS FLORES**

**FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS**

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul: **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Meubel Pada UD Jati Flores”**. Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal, 20 Agustus 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. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Ende, 20 Agustus 2022

Yang Memberi Pernyataan



**Yuniar Ananda Sari**

**2017410864**

## MOTTO

Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dalam sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.

(QS. Al-Insyirah, 6-8)

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan ridho, hidayah, dan Inayah-Nya sehingga Tugas Akhir dengan judul “Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian meubel pada UD Jati Flores” ini dapat penulis selesaikan dengan baik dan lancar. Shalawat serta salam tetap saya curahkan untuk sang Nabi Muhammad SAW yang telah menunjukkan kepada kita dari zaman kegelapan ke zaman yang terang-benderang yaitu dienul islam.

Dengan segala kerendahan hati, saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Terima kasih kepada Allah SWT yang telah meridhai dan memberi kemudahan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.
2. Kedua Orangtua : (Alm) Bapak Senan dan Ibu Sri Wahyuningsih terima kasih untuk semua kasih sayang, do'a, kesabaran dan pengorbanannya selalu memberikan dorongan, bantuan material maupun non material agar penulis dapat menyelesaikan studi.
3. Kakakku tercinta Mainarik PatuNisak, Adikku tercinta Feri Rahmandani, serta keluarga besar yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu terima kasih atas semua do'a dan dukungan.
4. Yang terhormat Bapak Gabriel Tanusi, SE.,M.Si sebagai Dosen Pembimbing I dan Ibu Maria Endang Jamu, SE.,MM selaku Dosen Pembimbing II yang selama ini telah sabar dan tulus membimbing peneliti hingga selesai.
5. Kepada Budi Utomo dan keluarga besar yang selalu mendukung dan setia menyemangati peneliti.

6. Kepada sahabat-sahabat saya : Dewi Safitri, Ratna Usman, Fifin Mulianti, Saliha Malo, Walia Rahmania, Veronika Ndoe, Karmilan M.Nasir, Fransiska Emilince Soba terima kasih atas dukungan selama ini.
7. Kepada Rian Dermawan : terima kasih sudah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian di UD Jati Flores.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat, dan hidayah-Nya yang diberikan kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Dan tak lupa penulis kirimkan salam dan shalawat kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga beliau, sahabat-sahabatnya, dan seluruh kaum muslimin yang masih beriman kepada-Nya yang telah berjuang membawa cahaya ilmu sampai ke seluruh dunia. Adapun judul skripsi ini adalah “Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian meubel pada UD Jati Flores”.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis tidak lepas dari berbagai hambatan dan rintangan, namun berkat bantuan baik berupa moril maupun materil dan dorongan dari berbagai pihak maka segala macam hambatan dapat teratasi. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang tulus kepada :

1. Ketua Yayasan Perguruan Tinggi Universitas Flores Ende
2. Rektor Universitas Flores Ende
3. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Flores Ende
4. Ketua Program Studi Manajemen
5. Bapak Gabriel Tanusi, SE.,M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Maria Endang Jamu, SE.,MM selaku Dosen Pembimbing II yang dengan sabar melayani dan telah banyak memberikan masukan, koreksi, dan pembenahan dalam menyusun skripsi ini.



6. Bapak Ibu Dosen Program Studi Manajemen yang sudah membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini

Akhir kata peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi penyempurnaan tulisan ini.

Ende, Agustus 2022

Peneliti

## ABSTRAK

**Yuniar Ananda Sari. 2017410864. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Meubel UD Jati Flores Ende Skripsi. Ende. Pembimbing I Gabriel Tanusi.,SE.,M.Si Pembimbing II Maria Endang Jamu, SE.,MM. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Flores. 2022.**

---

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Untuk mengetahui (1) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen Meubel UD Jati Flores Ende (2) pengaruh produk terhadap keputusan pembelian konsumen Meubel UD Jati Flores Ende (3) pengaruh tempat terhadap keputusan pembelian konsumen di Meubel UD Jati Flores Ende (4) pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen di Meubel UD Jati Flores Ende.

Penelitian ini termasuk penelitian kausalitas dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 85 orang pelaku usaha mebel di Kota Ende. Data dikumpulkan dengan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Regresi linier berganda digunakan untuk uji hipotesis penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, (1)ada pengaruh positif dan signifikan dari harga terhadap keputusan pembelian konsumen Meubel UD Jati Flores Ende dengan nilai beta ( $\beta$ ) sebesar 0,542 (2) ada pengaruh positif dan signifikan produk terhadap keputusan pembelian konsumen Meubel UD Jati Flores Ende dengan nilai beta ( $\beta$ ) sebesar 0,392 (3) ada pengaruh positif dan signifikan tempat terhadap keputusan pembelian konsumen di Meubel UD Jati Flores Ende dengan nilai beta ( $\beta$ ) sebesar 0,726 (4) ada pengaruh positif dan signifikan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen di Meubel UD Jati Flores Ende dengan nilai beta ( $\beta$ ) sebesar 0,430.

**Kata Kunci:** *Harga, Produk, Tempat, Promosi, Keputusan Pembelian*

## ABSTRACT

**Yuniar Ananda Sari. 2017410864. The Effect of Marketing Mix on Consumer Purchase Decisions on Furniture UD Jati Flores Ende Thesis. Ende. Supervisor I Gabriel Tanusi.,SE.,M.Si Pembing II Maria Endang Jamu, SE.,MM. Management Studies Program. Faculty of Economics. Flores University. 2022.**

---

This study aims to find out (1) the effect of price on consumer purchasing decisions for UD Jati Flores Ende furniture (2) the influence of products on consumer purchasing decisions for UD Jati Flores Ende furniture (3) the influence of place on consumer purchasing decisions in UD Jati Flores Ende furniture. (4) the effect of promotion on consumer purchasing decisions in Furniture UD Jati Flores Ende.

This research includes causality research using a quantitative approach. The sample in this study were 85 people in the furniture business in Ende City. Data were collected by using a questionnaire that had been tested for validity and reliability. Multiple linear regression was used to test the hypothesis of this study. The results of this study indicate that, (1) there is a positive and significant effect of price on consumer purchasing decisions for UD Jati Flores Ende furniture with a beta ( $\beta$ ) value of 0.542 (2) there is a positive and significant product influence on consumer purchasing decisions for UD Jati Flores Furniture consumers. Ende with a beta value ( $\beta$ ) of 0.392 (3) there is a positive and significant influence of place on consumer purchasing decisions at Furniture UD Jati Flores Ende with a beta value ( $\beta$ ) of 0.726 (4) there is a positive and significant influence of promotion on consumer purchasing decisions in UD Jati Flores Ende furniture with a beta ( $\beta$ ) value of 0.430.

**Keywords: *Price, Product, Place, Promotion, Purchase Decision***

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1 Deskripsi Teori .....	8
2.1.1 Konsep Pemasaran .....	8
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	9
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	11
2.1.3.1 Produk .....	12
2.1.3.2 Harga.....	14
2.1.3.3 Lokasi.....	18
2.1.3.4 Promosi .....	20
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	23
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	23
2.1.4.2 Proses Keputusan Pembelian .....	24

2.1.4.3	Macam-Macam Keputusan Pembelian .....	27
2.1.4.4	Indikator Keputusan Pembelian .....	28
2.2	Penelitian Terdahulu .....	29
2.3	Pengembangan Hipotesis .....	30
2.3.1	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	30
2.3.2	Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	30
2.3.3	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian .....	31
2.3.4	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.4	Kerangka Pemikiran.....	32
	<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	34
3.2	Lokasi Penelitian Dan waktu penelitian.....	34
3.3	Populasi dan Sampel .....	34
3.3.1	Populasi .....	34
3.3.2	Sampel .....	35
3.4	Teknik Pengambilan Data .....	35
3.5	Defenisi Operasional Variabel .....	36
3.6	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.7	Instrumen Data .....	39
3.7.1	Uji Validitas .....	39
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	39
3.7.3	Uji Asumsi Klasik .....	40
3.8	Teknik Analisis Data.....	41
3.8.1	Analisis Regresi Linear Berganda .....	41
3.8.2	Uji Hipotesis .....	42
	<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	43
4.2	Struktur Organisasi.....	44
4.3	Gambaran Umum Responden .....	46
4.3.1	Deskripsi Data .....	46
4.3.2	Deskripsi Responden .....	46

4.3.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
4.3.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur.....	48
4.4 Uji Instrumen Data.....	50
4.4.1 Uji Validitas.....	50
4.4.2 Uji Reliabilitas .....	52
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	54
4.5.1 Uji Normalitas .....	54
4.5.2 Uji Linearitas .....	55
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas .....	56
4.6 Uji Hipotesis .....	57
4.6.1 Hipotesis Pertama .....	57
4.6.2 Hipotesis Kedua .....	59
4.7.3 Hipotesis Ketiga .....	61
4.7.4 Hipotesis Keempat .....	62
4.7 Pembahasan.....	64
4.7.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Meubel pada UD Jati Flores .....	64
4.7.2 Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian Meubel pada UD Jati Flores .....	66
4.7.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Meubel pada UD Jati Flores .....	67
4.7.4 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Meubel pada UD Jati Flores .....	69
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>71</b>
5.1 Kesimpulan .....	71
5.2 Saran .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Data Omzet Penjualan Tahun 2022 .....	3
Tabel 1.2 Data Harga Produk.....	4
Tabel 3.1 Definisi Operasional .....	36
Tabel 3.2 Skala Pengukuran.....	38
Tabel 4.1 Penggunaan dan pengembalian Kuesioner .....	46
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur .....	48
Tabel 4.4 Uji Validitas .....	50
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas .....	52
Tabel 4.6 Uji Normalitas.....	55
Tabel 4.7 Uji Linearitas.....	56
Tabel 4.8 Uji Heteroskedasititas .....	56
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Harga .....	58
Tabel 4.10 Hasil Koefisien Determinan Pengaruh Harga .....	59
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Produk .....	59
Tabel 4.12 Hasil Koefisien Determinan Pengaruh Produk .....	60
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Lokasi.....	61
Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinan Pengaruh Lokasi.....	62
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Promosi .....	63
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinan Pengaruh Promosi .....	64

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	33
Gambar 4.1 Diagram Lingkaran Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Gambar 4.3 Diagram Lingkaran Berdasarkan Umur .....	49