

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI RESTORAN AYAM SAMBAL PELAKOR**

TUGAS AKHIR

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Diploma Ekonomi Pada Jurusan Manajemen Pemasaran
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

**HABIBATUSANIA
NIM: 2431900237**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2022**



JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI RESTORAN AYAM SAMBAL PELAKOR**

Oleh:

Nama : HABIBATUSANIA
NIM : 2431900237
Program Studi : Manajemen Pemasaran

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 11 Agustus 2022

Dosen Pembimbing

Menyetujui,
Ketua Jurusan Studi Pemasaran

Aldy F. Dira, SE., MM

Dian Rusmana, SE

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, S.H



JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Tugas Akhir Berjudul

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI RESTORAN AYAM SAMBAL PELAKOR**

Oleh:

Nama : Habibatusania
NIM : 2431900237
Program Studi : Manajemen Pemasaran

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Tugas Akhir, Pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 11 Agustus 2022
Waktu : 13.00 – 14.20 Wib

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Tugas Akhir

Ketua : Sugiharto, SH.MM (.....)

Anggota : Gena Prasetya Noor, SH.MM (.....)

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran

Dian Rusmana, SE

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : HABIBATUSANIA
NIM : 2431900237
Jurusan : Manajemen Pemasaran
Nomor KTP : 32012425101000002
Tempat, Tanggal Lahir : Bogor, 11 Janari 2000
Alamat : Kp. Kambangan RT 03 RW 04 Desa Banjarwangi
Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir yang berjudul Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Ayam Sambal Pelakor ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalih formatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan tugas akhir ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 11 Agustus 2022



HABIBATUSANIA

ABSTRAK

HABIBATUSANIA. NIM 2431900237. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Ayam Sambal Pelakor.

Perkembangan bisnis di era globalisasi telah berkembang sangat pesat dan telah mengalami metamorfosis yang terus menerus. Setiap pelaku usaha di setiap kategori usaha dituntut untuk peka terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Usaha penyajian makanan dan minuman (*food service*) tidak terkecuali, mulai dari skala kecil seperti warung dan tenda kafe, usaha makanan skala menengah seperti restoran dan kafe, hingga bisnis makanan skala besar seperti restoran di hotel bintang lima. Kemunculan banyaknya restoran ini sehingga banyak para pelaku usaha yang memanfaatkan untuk menyajikan makanan epatt saji yang banyak digemari masyarakat dari mulai makanan berat sampai cemilan.

Didalam proses tersebut, terdapat banyak faktor yang menjadi dasar pemilihan lembaga pendidikan nantinya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Ayam Sambal Pelakor. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*explanatory*) dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara *snowball sampling*. Adapun sampel tersebut berjumlah 100 responden, dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana.

Hasil *R Square* menunjukkan bahwa 23,6% faktor-faktor keputusan membeli dapat dijelaskan oleh bauran pemasaran sedangkan sisanya 76,4% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di restoran ayam sambal pelakor dengan nilai hasil analisis t_{hitung} (5,497) dimana t_{tabel} (1,661) maka secara parsial variabel bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di restoran ayam sambal pelakor.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian, Restoran Ayam Sambal Pelakor

ABSTRACT

HABIBATUSANIA. NIM 2431900237. Marketing Mix Effect Against Decisions at Pelakor Chicken Sambal Restaurant

Business development in the era of globalization has grown very rapidly and has undergone continuous metamorphosis. Every business actor in every business category is required to be sensitive to any changes that occur and place an orientation on customer satisfaction as the main goal. The food and beverage service business is no exception, ranging from small scale such as stalls and cafe tents, medium-scale food businesses such as restaurants and cafes, to large-scale food businesses such as restaurants in five-star hotels. The emergence of this number of restaurants so that many business actors use it to serve fast food which is very popular with the public, from heavy meals to snacks.

In this process, there are many factors that become the basis for selecting educational institutions later. The purpose of this study was to determine and analyze the influence of the marketing mix on purchasing decisions at the Ayam Sambal Pelakor Restaurant. The type of research used is explanatory research with research methods in the form of data collection using questionnaires. The data analysis model used is simple linear regression analysis. Sample selection is done by means of snowball sampling. The sample amounted to 100 respondents, using simple linear regression analysis.

The results of R Square show that 23.6% of buying decision factors can be explained by the marketing mix while the remaining 76.4% is explained by other factors not examined in this study. The results of the t-test indicate that the marketing mix variable has a positive and significant effect on purchasing decisions at the chicken sambal pelakor restaurant with the value of the analysis results tcount (5.497) where ttable (1.661) then partially the marketing mix variable has a positive and significant effect on purchasing decisions at the chicken chili sauce restaurant

Keywords: Marketing Mix, Purchasing Decision, Pelakor Chili Chicken Restaurant

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, dengan izin-Nya dan setitik ilmu pengetahuan yang dipinjamkan kepada makhluk-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan tugas akhir ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW serta kepada segenap keluarganya, para sahabatnya, dan seluruh kaum mukmin yang mengikuti Sunnahnya sampai hari kiamat dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul Pengaruh Bauaran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Ayam Sambal Pelakor ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Ahli Madya Program Diploma III Jurusan Manajemen Pemasaran Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, SE., MAP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Ibu Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Bapak Dian Rusmana, SE selaku Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Prodi ini.
4. Bapak Aldy F Dira, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun tugas akhir.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Program Studi Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis.
6. Para staf dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepuh hati.

7. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2019 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama tiga tahun dengan penuh suka cita.
8. Ayahanda Mamun Tarmudi serta Ibunda Yanih, David, Husna Fauzi dan Riskan Abdul Kodir tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan tugas akhir ini dengan baik.
9. Bapak Agis selaku Pemilik Restoran Ayam Sambal Pelakor yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian.
10. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan tugas akhir ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Amiin.

Depok, 11 Agustus 2022
Penulis

HABIBATUSANIA
NIM: 2431900237

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR SIDANG	iii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Rumusan Masalah	4
1.5. Tujuan Penelitian	5
1.6. Manfaat Penelitian	5
1.7. Sistematika Penulisan	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Manajemen Pemasaran	7
2.1.2. Bauran Pemasaran	7
2.1.3. Keputusan Pembelian	8
2.1.4. Struktur Keputusan Pembelian	10
2.2. Penelitian Terdahulu	11
2.3. Kerangka Konseptual	13
2.4. Hipotesis	15
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	16
3.2. Jenis Penelitian	16
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	17
3.3.1. Populasi	17
3.3.2. Sampel	17
3.4. Teknik Pengumpulan Data	19
3.5. Devinisi Operasional Variabel	19
3.5.1. Variabel Bebas	19
3.5.2. Variabel Terikat	20
3.6. Teknik Analisis Data	20
3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran	21
3.6.2. Persamaan Regresi	22
3.6.3. Uji Kualitas Data	23
3.6.4. Uji Asumsi Klasik	25

3.6.5. Uji Hipotesis	26
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASANA	
4.1. Hasil Penelitian	28
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	28
4.1.2. Bentuk Bauran Pemasaran.....	28
4.1.3. Karakteristik Responden	31
4.1.4. Tanggapan Responden	33
4.1.5. Hasil Uji Kualitas Data	37
4.1.6. Hasil Uji Asumsi Klasik	39
4.1.7. Hasil Uji Hipotesis	41
4.2. Pembahasan.....	43
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	45
5.2 Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN.....	45

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Kompetitor Sekitar Ayam Sambal Pelakor	2
Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1.	Jadwal Pelaksanaan Penelitian	16
Tabel 3.2.	Definisi Operasional Variabel	20
Tabel 3.3.	Angka Penafsiran	22
Tabel 4.1	Produk Restoran Ayam Sambal Pelakor	28
Tabel 4.2	Harga Menu Restoran Ayam Sambal Pelakor	30
Tabel 4.3.	Karakteristik Responden	32
Tabel 4.4.	Tanggapan Responden atas Variabel Bauran Pemasaran	34
Tabel 4.5.	Tanggapan Responden atas Variabel Keputusan Pembelia	35
Tabel 4.6.	Hasil Uji Validitas Bauran Pemasaran	38
Tabel 4.7.	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	38
Tabel 4.8.	Hasil Uji Realibilitas	39
Tabel 4.9.	Hasil Uji Regresi Sederhana	41
Tabel 4.10.	Koefisien Determinasi	42
Tabel 4.11.	Hasil Uji T (Uji Parsial)	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Proses Pembelian	8
Gambar 2.2.	Kerangka Konseptual	14
Gambar 4.1	Lokasi Restoran Ayam Sambal Pelakor.....	31
Gambar 4.1.	Hasil Uji Normalitas	40
Gambar 4.2.	Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan pendekatan Grafik	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	46
Lampiran 2. Tabulasi Data Kuisisioner	48
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	51
Lampiran 4. Hasil Output SPSS (Uji Validitas dan Reliabilitas)	52
Lampiran 5. Hasil Output SPSS (Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis)	54
Lampiran 6. Kartu Bimbingan	58
Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup	59
Lampiran 8. T tabel	63

