

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PERUMNAS PADA PT PALUTAN
INDAH PEKANBARU**

SKRIPSI



Oleh:

MARDHIYAH
11071203684



**PROGRAM S1
JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2014**

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PERUMNAS PADA PT PALUTAN
INDAH PEKANBARU**

**Diajukan Salah Satu Syarat Untuk Mengikuti Ujian Oral
Comperhensive Strata 1 Pada Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif kasim Riau**

SKRIPSI

Oleh:

**MARDHIYAH
11071203684**



**PROGRAM S1
JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2014**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : MARDHIYAH
NIM : 11071203684
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
JURUSAN : MANAJEMEN S1
JUDUL : PENGARUH MARKETTING MIX
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PERUMNAS PT. PALUTAN INDAH
PEKANBARU
HARI/TANGGAL : 28 MEI 2014
UJIAN

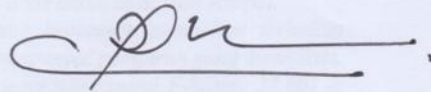
PANITIA PENGUJI

KETUA



Drs. ALPIZAR, M.Si
NIP. 196406251992031004

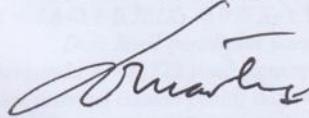
SEKRETARIS



ERMANSAYAH, SE, MM
NIK. 130712070

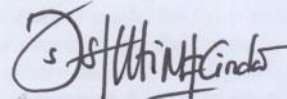
MENGETAHUI

PENGUJI I



DONY MARTIAS, SE, MM
NIP. 197603062007101004

PENGUJI II



ASTUTI MEFLINDA, SE, MM
NIP. 197205132007012018

ABSTRAK

PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMNAS PADA PT. PALUTAN INDAH PEKANBARU

OLEH

MARDHIYAH
11071203684

Penelitian ini dilakukan pada PT Palutan Indah Pekanbaru yang beralamat Jl. Garuda Sakti gg Dahlia Panam-Pekanbaru. Tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian terhadap (Perumnas) pada PT. Palutan Indah Pekanbaru dan untuk mengidentifikasi variabel manakah yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian terhadap rumah (Perumnas) pada PT. Palutan Indah Pekanbaru.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh konsumen yang membeli rumah pada PT. Palutan Indah yang berjumlah 87 orang merupakan sampel dari populasi. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode Accident sampling yaitu memilih konsumen sebagai populasi secara acak untuk dyadikan sampel.

Hasil penelitian dan pembahawti, tentang keputusan pembelian terhadap produk harga, distribusitempat dan promosi mempunyai pengaruh yang signifikan. Hal ini berdasarkan dari hasil penelitian Uji F yang mempunyai F-hitung 31.601 > < F-tabel 2,715 pada taraf level signifikan 0, 05. Semua variabel-variabel bebas yang diteliti mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini didasarkan dari hasil Uji t yang menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian variabel harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, variabel tempat mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian dan variabel promosi juga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Untuk mengetahui besarnya hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan metode Analisa Regresi Linear Berganda yaitu: $Y = 4.640 + 0,261X_1 - 0,099 X_2 + 0,398 X_3 + 0,091X_4$

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan didapat angka koefisien korelasi berganda $R = 0,779$ yang menunjukkan bahwa antara variabel produk harga, tempat dan promosi adalah positif dan erat, sedangkan koefesien determinasi berganda (R^2) adalah sebesar 0,607 menunjukkan 60,7% variabel pemasaran dapat dyelaskan oleh faktor variable produk harga, tempat dan promosi.

Kata Kunci: (keputusan pembelian), Produk, Harga, Tempat dan promosi.

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillah rabbal alamin. Segala puji bagi Allah yang Maha Esa, Maha Pemberi Rizki dan karunia sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “*PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMNAS PADA PT. PALUTAN INDAH PEKANBARU*” yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan studiS program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, doa, dukungan, serta saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis akan menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Mahendra Romus SP, M.Ec selaku Dekan Fakultas dan Ilmu Sosial Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak M.Rachmadi, SE, MM selaku dosen pembimbing atas segala bimbingan dan sarannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
3. Bapak Drs. Alpizar M.Si selaku penasehat akademis selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau.

4. Kedua orang tua tercinta ayahanda Drs. Lukman Hakim dan ibunda Rasyidah, dan Kakak dan abang ku Eva Febriyani dan Yulfendri Asmana Putra Kedua Adek ku Rahmat Rifa'I dan Nur Azizah atas kasih sayang, doa, arahan, motivasi, dan kesabaran kepada penulis selama ini.
5. Sahabat-sahabat di dalam dan di luar kampus Rudi Irawan, M Syaiful, Ady Gunawan, Susilawati, Lilyani Shinta Afsari,, Almiya Sari, Devi Darmayanti , Sri Rahayu, Imelda Novia serta teman – teman yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih atas dukungan dan pengalaman hebat selama kita kuliah bersama. Semoga suatu saat kita dapat kumpul bersama lagi.
6. Buat sahabat hati yang selalu bersama sama dalam suka dan duka.
7. Seluruh staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.
8. Seluruh staf Tata Usaha dan perpustakaan atas segala bantuan selama proses pembuatan skripsi samapai selesai.
9. Seluruh responden yang telah rela meluangkan waktu untuk penulis, terimakasih atas kerjasamanya.

Dengan kerendahan hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis peroleh sampai saat ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun guna terciptanya kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak

Pekanbaru, Mei 2014
Penulis

MARDHIYAH

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.4 Sistematika Penulisan	5
BAB II TELAAH PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.2 Penelitian Terdahulu	32
2.3 Hipotesis	34
2.4 Kerangka Berfikir	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	37
3.2 Jenis dan Sumber Data	37
3.3 Teknik Pengumpulan Data	38
3.4 Populasi dan Sampel	38
3.5 Analisis Data	39
3.6 Uji Kualitas Data	40
3.7 Uji Asumsi Klasik	42
3.8 Pengujian Hipotesis	44
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	47
4.1 Sejarah Umum Perusahaan	47
4.2 Struktur Organisasi Perusahaan	47
4.3 Aktivitas Perusahaan	54

BAB V PEMBAHASAN	56
5.1 Deskripsi Karakteristik Responden	56
5.1.1 Responden Menurut Jenis Kelamin	56
5.1.2 Responden Menurut Usia	56
5.1.3 Responden Menurut Jenis Pekerjaan	57
5.1.4 Responden Menurut Tingkat Pendidikan	58
5.2 Deskripsi Variabel	59
5.2.1 Kualitas Produk	59
5.2.2 Harga	61
5.2.3 Distribusi/Tempat	63
5.2.4 Promosi	64
5.2.5 Keputusan Pembelian	66
5.2.6 Uji Validitas	67
5.2.7 Uji Reliabilitas	70
5.2.8 Uji Normalitas Data	71
5.3 <i>Uji Asumsi Klasik</i>	71
5.3.1 Multikolinearitas	72
5.3.2 Autokorelasi	73
5.3.3 Heteroskedastisitas	73
5.4 <i>Analisis Regresi Linear Berganda</i>	74
5.5 <i>Uji Hipotesis</i>	76
5.5.1 Uji Parsial (Uji t)	77
5.5.2 Uji Simultan (Uji F)	79
5.5.3 Koefisien Determinasi (R^2)	80
 BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	 82
6.1 Kesimpulan	82
6.2 Saran	83

DAFTAR PUSTAKA