

**ANALISIS MARKETING MIX PADA KEPUTUSAN DALAM
MEMBELI PRODUK PAKAIAN SERBA RP 35.000
DESA SUKARAME KEC. KUALUH HULU
KAB. LABUHANBATU UTARA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Labuhanbatu



Disusun Oleh :

INDRI KHAIRANI BR DALIMUNTHE

21.015.00.367

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LABUHANBATU
RANTAUPRAPAT**

2025

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : INDRI KHAIRANI BR DALIMUNTHE
NPM : 2101500367
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS MIX MARKETING PADA
KEPUTUSAN DALAM MEMBELI PRODUK
PAKAIAN SERBA Rp 35.000 DESA
SUKARAME KEC.KUALUH HULU
KAB.LABUHANBATU UTARA : MAHASISWA
UNIVERSITAS LABUHANBATU KAMPUS
CABANG DAERAH DAMULI PEKAN)

RANTAUPRAPAT,

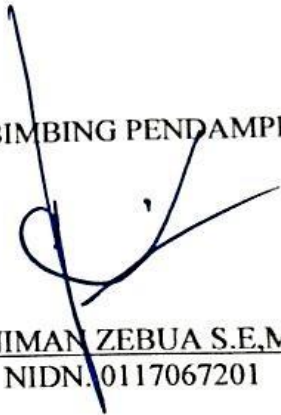
2025

DISETUJUI:

PEMBIMBING UTAMA

PEMBIMBING PENDAMPING


BAYU EKO BROTO S.E,M.M
NIDN.


YUNIMAN ZEBUA S.E,M.M
NIDN. 0117067201

MENYETUJUI:

DEKAN

KAPRODI MANAJEMEN



PRISTIYONO, SE, M.Si
NIDN. 0116118301



YUNIMAN ZEBUA S.E,M.M
NIDN. 0117067201

SURAT PERNYATAAN

SAYA YANG BERTANDATANGAN DIBAWAH INI:

NAMA : INDEI. KHAIRANI. BE. DAUMUNTJE
NIM : 2101500367
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
FAKULTAS : EKONOMI. DAN. BISNIS

DENGAN INI MENYATAKAN BAHWA PAS FOTO IJAZAH DAN TRANSKRIP
NILAI MENGENAKAN JILBAB MERUPAKAN ATAS KEMAUAN SAYA SENDIRI
TANPA ADA PAKSAAN SIAPAPUN.

DEMIKIANLAH SURAT PERNYATAAN INI SAYA BUAT DENGAN SEBENAR-
BENARNYA PENUH KESADARAN UNTUK DIPERGUNAKAN SEBAGAIMANA
MESTINYA.

RANTAUPRAPAT, 2025
PEMBUAT PERNYATAAN



(INDEI. KHAIRANI. BE. DAUMUNTJE)

ABSTRAK

INDRI KHAIRANI BR DALIMUNTHER. NPM. 21.015.00.367. Analisis Marketing Mix Pada Keputusan Dalam Membeli Produk Pakaian Serba 35.000 Desa Sukarame Kec. Kualuh Hulu Kab. Labuhanbatu, 2025. Skripsi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis marketing mix pada keputusan dalam membeli produk pakaian serba 35.000 desa sukarama kec. kualuh hulu kab. labuhanbatu utara baik secara parsial maupun simultan. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen serba 35.000 desa sukarama kec. Kualuh hulu kab. labuhanbatu utara. Sample dalam penelitian ini sebanyak 96 konsumen. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara tidak diketahui. Hasil penelitian secara parsial (Uji t) diketahui bahwa produk, harga, tempat dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli. Dan pada pengujian simultan (Uji F) produk, harga, tempat dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli. Melalui pengujian koefisien determinan diperoleh nilai *Adjusted R Square* keputusan membeli dipengaruhi oleh produk, harga, tempat dan promosi sebesar 0,975 atau 97,5 %. Sedangkan sisanya 2,5 % dipengaruhi oleh variabel-variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian kelayakan instrumen penelitian serta analisis deskriptif responden menggunakan *software SPSS (Statistical Package For The Social Science)* Versi 23.

Kata Kunci : Keputusan Membeli, Produk, Harga, Tempat dan Promosi.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat, hidayat serta karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini untuk memenuhi syarat mendapatkan gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu dengan judul skripsi Analisa Marketing Mix Pada Keputusan Dalam Membeli Produk Pakaian Serba Rp 35.000 Desa Sukarame Kec.Kualu Hulu Keb.Labuhanbatu Utara Penulis menyadari bahwa sebagai manusia biasa tak lepas dari kesalahan dan kekhilafan, penulis juga menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak skripsi ini mungkin tidak akan terselesaikan dengan baik. Maka pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan banyak terimakasih dan penghormatan kepada:

1. Bapak Ade Parlaungan Nasution, SE, M.Si, Selaku Rektor Universitas Labuhanbatu
2. Bapak Pristiyono, SE, M. Si, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
3. Bapak Yuniman Zebua S.E,M.M , Selaku Ka Prodi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisni Universitas Labuhanbatu.
4. Bapak Bayu Eko Broto, SE, M.M sebagai dosen Pembimbing I.
5. Bapak Yuniman Zebua S.E,M.M, sebagai dosen Pembimbing II.
6. Bapak / Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu yang telah banyak membantu memberikan bimbingan selama perkuliahan.
7. Teristimewa Kepada Orang Tua Saya Cinta Pertama dan Panututanku Ayahanda Nelpan Dalimunthe dan Pintu Surgaku Ibunda Islamiyah Br

Sipahutar. Terimakasih telah menjadi orang tua terhebat yang selalu memberikan motivasi, nasehat, perhatian, cinta dan kasih sayang yang begitu dalam tiada bertepi dan doa tanpa henti kepada penulis untuk menyelesaikan tugas sarjana ini.

8. Adik Pertamaku Fathur Rozak Alma Ali Dalimunthe, adik kedua Nabil Alfaiz Dalimunthe, adik ketiga Adara Nur Asheqa Br Dalimunthe, dan adik keempat Mumtaz Alfarizi Dalimunthe. Terima kasih sudah memberi dukungan serta Do'a yang tiada hentinya kepada penulis.
9. Julianda Simanjuntak, yang telah menemani dalam keadaan suka maupun duka penulis, memberikan dukungan, motivasi, dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
10. Kepada teman terbaik penulis dan teman perjuangan Febriana Yolanda, S.M, Reza Febrianti Ritonga, S.Kom, Tiara Pohan, S.Kom, Monica Pasaribu, S.Kom, Roy Virnando Situmorang, S.M, Mirna Dewi Panjaitan S.pd, Maya Sari, Cici Anggriani serta teman-teman Mahaiswa Universitas Labuhanbatu Kampus II Damuli, khususnya jurusan manajemen stambuk 2021.
11. Ucapan terimakasih kepada diri saya sendiri yang telah berusaha semaksimal mungkin, terimakasih karena sudah bertahan, terimakasih karena tidak menyerah dan terimakasih karena selalu percaya pada diri sendiri.

Demikian yang dapat disampaikan, terima kasih atas semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dan mendukung hingga terselesaikannya skripsi ini. Dengan segala kerendahan hatinya mohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangan yang ada, kritik dan saran senantiasa diharapkan

untuk awal yang lebih baik dikemudian hari. Akhir kata, semoga karya ini dapat memberi manfaat yang berarti.

Rantauprapat,
Penulis

2025

INDRI KHAIRANI BR DALIMUNTHE

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan dan Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Penelitian Terdahulu	7
2.2. Landasan Teori	9
2.2.1. Marketing Mix.....	9
2.2.2. Keputusan Pembelian.....	14
2.2.3. Indikator Keputusan Pembelian	29
2.3. Kerangka Berpikir	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	33
3.2. Populasi dan Sampel.....	34

3.3. Depenisi Operasional Variabel	35
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	36
3.4.1. Jenis Data	36
3.4.2. Sumber Data	36
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.6. Uji Instrumen Penelitian	37
3.6.1. Uji Validitas Instrumen	37
3.6.2. Uji Realibilitas Instrumen	37
3.7. Metode Analisis Data.....	38
3.7.1. Analisis Deskriptif.....	38
3.7.2. Uji Asumsi Klasik	38
3.7.3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
3.7.4. Uji Hipotesis.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1. Sejarah Singkat Pendirian Toko Serba 35000	43
4.2. Perencanaan dan Langkah Pertama	44
4.3. Menumbuhkan Kepercayaan Warga.....	44
4.4. Ekspansi dan Profesionalisasi Usaha.....	45
4.5. Inovasi dan Strategi Bertahan	46
4.6. Dampak Sosial dan Ekonomi.....	46
4.7. Tantangan ke Depan dan Harapan	47
4.8. Hasil Penelitian	48
4.8.1. Deskripsi Kriteria Konsumen.....	48
4.8.2. Uji Instrumen Penelitian.....	50
4.8.3. Uji Asumsi Klasik	52
4.8.4. Uji Analisis Linier Berganda.....	55
4.9. Pembahasan	58
4.9.1. Pengaruh Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	58

4.9.2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.	59
4.9.3. Pengaruh Tempat terhadap Keputusan Pembelian.	60
4.9.4. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.	62
5.1. Kesimpulan	62
5.2. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1. Rencana Penelitian	33
Tabel 3. 2. Definisi Operasional.....	35
Tabel 3. 3. Skala Likert	36
Tabel 4. 1. Deskripsi Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4. 2. Karakteristik berdasarkan Usia	48
Tabel 4. 3. Karakteristik Konsumen berdasarkan Jenis Pakaian.....	49
Tabel 4. 4. Hasil Uji Validitas Variabel Produk.....	50
Tabel 4. 5. Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	50
Tabel 4. 6. Hasil Uji Validias Tempat (Place).....	51
Tabel 4. 7. Hasil Uji Validias Promosi.....	51
Tabel 4. 8. Hasil Uji Validias Keputusan Pembelian	52
Tabel 4. 9. Hasil Uji Reliabelitas.....	52
Tabel 4. 10. Uji Multikolenieritas.....	55
Tabel 4. 11. Uji T	56
Tabel 4. 12. Uji Simultan (F).....	57
Tabel 4. 13. Uji Determinan	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian Sumber: Kotler, Keller, Chernev, 2021	21
Gambar 2. 2. Kerangka Berpikir	32
Gambar 4. 1. Uji Normalitas	53
Gambar 4. 2. Uji Heteroskedastisitas.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Titik Persentase Distribusi	68
Lampiran 2. Uji F.....	69