

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI

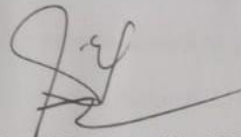
**PENGARUH SENSE MARKETING DAN THINK
MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK PADA TOKO ALFAMART DIKOTA PALOPO**

Disusun dan diajukan oleh

Sriyunike
201720187

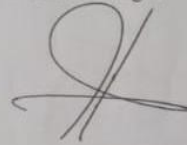
Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal 26 Agustus 2021

Pembimbing I



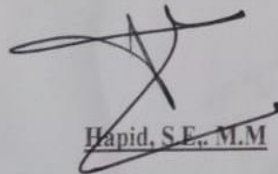
Prof. Dr. Suhardi M Anwar, Drs., M.M

Pembimbing II



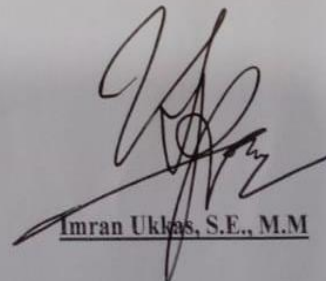
Saharuddin, SE., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palopo



Hapid, S.E., M.M

Ketua
Program Studi Manajemen



Imran Ukhas, S.E., M.M

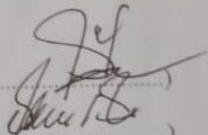
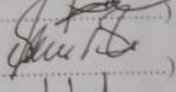
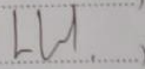
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI**SKRIPSI****PENGARUH SENSE MARKETING DAN THINK
MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK PADA TOKO ALFAMART DIKOTA PALOPO**

Disusun dan diajukan oleh

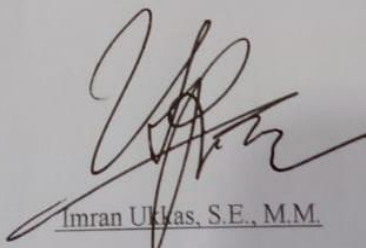
Sriyunike
201720187

Telah dipertahankan dalam ujian Skripsi pada tanggal 26 Agustus 2021 dan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo.

Susunan Dewan Penguji

- | | | |
|------------|--|---|
| 1. Penguji | : Prof. Dr. Suhardi M Anwar, Drs., M., | () |
| 2. Penguji | : Samsul Bachri, S.E., M.M. | () |
| 3. Penguji | : Rahmad Solling Hamid, S.E., M.M. | () |

Ketua Program Studi Manajemen


Imran Ukhas, S.E., M.M.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Daftar Pribadi

- a. Nama lengkap : SRIYUNIKE
- b. Tempat tanggal lahir : Kondo,08 Juni 1998
- c. Agama : Islam
- d. Pekerjaan : Mahasiswi
- e. Alamat rumah :Jl.ahmad razak
- f. Telp/Hp : 082393055521

2. Nama Orang Tua

- a. Nama ayah : Aminullah
- b. Nama ibu : Kurnia

3. Pendidikan

- a. Sd Negeri 297 Kondo Tamat tahun 2011
- b. SMP Negeri Satu Satap Pongsamelung Tamat tahun 2014
- c. SMK Negeri 2 Pomalaa Tamat tahun 2017

PERNYATAA KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini,saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul

PENGARUH SENSE MARKETING DAN TINK MARKETING TERHADAP KEPUASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA TOKO ALFAMART KOTA PALOPO

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini,tidak terdapat keseluruhan atau sebagian orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkain kalimat atau symbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain,yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri,dan atau tidak terdapat sebagian atau keseluruhan tulisan yang salin,tiru yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberi pengakuan penulis aslinya

Apa bila saya melakukan yang tersebut diatas secara sengaja atau tidak, saya menyatakan menarik skripsi saya ajukan sebagai hasil karya tulisan saya sendiri. Jika kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah itu hasil pemikiran saya sendiri ,berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas saya batal terima.

Palopo, 26 Agustus 2021
Yang memberi pernyataan



Sriyunike

PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis perhadapkan kepada allah swt.yang telah memberikan rahmat,hidayat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Sense Marketing Dan Tink Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Toko Alfamart Kota Palopo”. Penulisan skripsi ini diharapkan dpat berguna dan bermanfaat dalam menambah khazanah pengetahuan atau wawasan penulisan. Terkhusus tentang masalah yang telah dibahas dalam penelitian ini. Selain itu,sala satu alasan penelitian dilakukn adalah memenuhi sebagai persyaratan mencapai derajat serjana (S1) pada Universitas Muhammadiyah Palopo

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang tulus kepada kedua orang tua atas segala perhatian,pengorbanan kasih sayang serta doa yang luar biasa buat keberhasilan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan di Universitas Muhammadiyah Palopo.

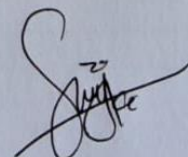
Demikian pula dengan kerendahan hati,penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang tulus kepada.

1. Bapak Dr.Salju S.E, M.M selaku rektor Universitas Muhammadiyah Palopo
2. Bapak Imran Ukkas, S.E, M.M selaku Ketuan Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palopo.
3. Bapak Prof.Dr.Suhardi M Anwar,Drs., M.M selaku pembimbing 1 yang penuh kesabaran memberi arahan dan masukan kepada penulis mulai dari penyusunan proposal penelitian sampai selesainya skripsi ini.

4. Bapak Saharuddin S.E, M. selaku pembimbing II yang penuh kesabaran memberi arahan dan masukan kepada penulis mulai dari penyusunan proposal penelitian sampai selesainya skripsi ini.
5. Terimakasih untuk Toko Alfamart Kota Palopo yang memberikan saya kesempatan meneliti perusahaan.
6. Bapak dan Ibu dosen yang dengan tekun dan sabar membimbing penulisan sampai pada tahap akhir penyelesaian studi di Universitas Muhammadiyah Palopo.
7. Kedua orang tuaku dan saudara-saudara ku, yang selalu mendoakan dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman manajemen A3, terima kasih untuk semuanya 3,5 tahun yang kita lalui, suka dan duka selama masa perkuliahan.

Semoga Allah memudahkan segala urusan dan melimpahkan karunia-Nya kepada pihak-pihak tersebut sebagai implementasi wujud mengabdikan kepada-Nya. Penulis pun menyadari penulisan ini masih jauh dari kesempurnaan dikarenakan kemampuan penulis yang terbatas. Oleh karena ini, segala saran dan ide lebih lanjut penulis harapan semoga tulisan ini bermanfaat bagi pembacanya Amin.

Palopo, 26 Agustus 2021



Sriyunike

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN DAFTAR RIWAYAT HIDUP	iii
PRAKATA.....	iv
DAFTAR ISI	vii
INTISARI.....	xi
ABSTRACT.....	x
BAB IPENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
1.4.3 Manfaat Kebijakan	6
1.5. Ruang Lingkup Dan Batasan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 <i>Grand Theory</i>	7
2.2 <i>Sense Marketing</i>	12
2.3 <i>Think Marketing</i>	15
2.4 Keputusan Pembeli	20
2.5 Kerangka Konseptual.....	25
2.6 Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian	28
3.2 Lokasi Dan waktu penelitian	29
3.3 Populasi Dan Sampel	29
3.4 Jenis Dan Sumber Data.....	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Oprasional Penelitian.....	31
3.7 Instrumen Penelitian	32
3.8 Uji validatas dan Uji reabilitas	33
3.9 Analisis Data.....	33

DAFTAR PUSTAKA	36
LAMPIRAN	37

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *Sense Marketing* dan *Think Marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Objek penelitian ini berlokasi di Toko Alfamart Kota Palopo, Sulawesi Selatan. Adapun sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang mengunjungi Toko Alfamart Kota Palopo yang berjumlah 50 orang. Data yang digunakan adalah data primer. Dalam penelitian ini model dan teknik analisa data menggunakan pendekatan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil regresi linier berganda yang dilihat dari uji f dapat disimpulkan bahwa *Sense Marketing* dan *Think Marketing* bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Alfamart Kota Palopo, sedangkan hasil (R Square) bahwa pengaruh *Sense Marketing* dan *Think Marketing* adalah sebesar 59,9%.

Kata Kunci: *Sense Marketing*, *Think Marketing*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine whether Sense Marketing and Think Marketing have an effect on purchasing decisions. The object of this research is located in the Alfamart Store, Palopo City, South Sulawesi. The sample set in this study were 50 customers who visited the Alfamart Palopo Store. The data used are primary data. In this study, the model and data analysis technique used a multiple linear regression analysis approach. Based on the results of multiple linear regression seen from the f test, it can be concluded that Sense Marketing and Think Marketing together have a significant effect on purchasing decisions at Alfamart Stores in Palopo City, while the results (R Square) show that the influence of Sense Marketing and Think Marketing is 59.9 %.

Keywords: Sense Marketing, Think Marketing, Purchase Decision

SRIYUNIKE
SRIYUNIKE.docx

Sources Overview

35%
OVERALL SIMILARITY

Rank	Source	Similarity
1	repository.uin-suska.ac.id INTERNET	
2	core.ac.uk INTERNET	12%
3	dataolah.blogspot.com INTERNET	3%
4	es.scribd.com INTERNET	2%
5	jurnal.unpand.ac.id INTERNET	2%
6	repository.umpalopo.ac.id INTERNET	2%
7	www.researchgate.net INTERNET	2%
8	www.scribd.com INTERNET	1%
9	media.neliti.com INTERNET	1%
10	repositori.uin-alauddin.ac.id INTERNET	<1%
11	ojs.uma.ac.id INTERNET	<1%
12	id.123dok.com INTERNET	<1%
13	repository.uinjambi.ac.id INTERNET	<1%
14	eprints.uad.ac.id INTERNET	<1%
15	mpra.ub.uni-muenchen.de INTERNET	<1%
16	repository.uin-here.ac.id INTERNET	<1%

Me
8/18/21
A. Amrullah

