

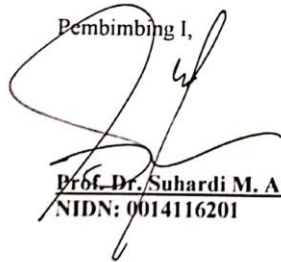
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH
CAFE DI KOTA PALOPO

Disusun dan diajukan oleh

RAHMAT
201620090

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
Pada tanggal 26 Agustus 2021

Pembimbing I,



Prof. Dr. Suhardi M. Anwar, M.M.
NIDN: 0014116201

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palopo,



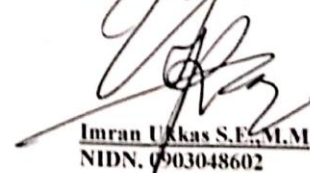
Hapid S.E., M.M.
NIDN. 0925036601

Pembimbing II,



Dr. Salju S.E., M.Si.
NIDN. 0902046801

Ketua Program
Studi Manajemen,



Imran Urkas S.E., M.M.
NIDN. 0903048602

**HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI
SKRIPSI
PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH
CAFE DI KOTA PALOPO**

Disusun dan diajukan oleh,

RAHMAT

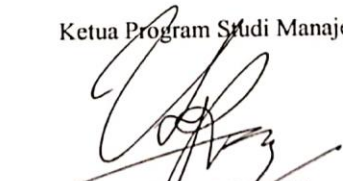
201620090

Telah dipertahankan dalam ujian Skripsi pada tanggal 26 Agustus 2021 dan di terima 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,M.M. | (.....) |
| 2. Penguji | : Sri Wahyuni Mustafa, S.E.,M.Si | (.....) |
| 3. Penguji | : Goso, S.E.,M.M | (.....) |

Ketua Program Studi Manajemen


Imran Ulhas S.E.,M.M
NIDN. 0903048602

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rahmat

NIM : 201620090

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul :

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH CAFE DI KOTA PALOPO

(Studi Pada Mahasiswa Manajemen Konsentrasi Pemasaran)

Adalah benar-benar hasil karya sendiri dan bukan merupakan plagiat secara Keseluruhan, saya juga menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam Sekripsi ini, tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang Saya ambil dalam cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat, simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat atau pemikiran, dari penulisan Lain, yang saya akui seolah-olah tulisan saya sendiri. Dan atau tidak terdapat Sebagian tulisan yang saya salin, tiru atau saya ambil dari tulisan orang lain, tanpa Memberikan pengakuan kepada penulis aslinya.

Palopo, 06 April 2022



RAHMAT
201620090

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarokatu

Puji syukur Alhamdulillah kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang maha kuasa atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehinggalah penulis bisa menyelesaikan Skripsi ini. Skripsi yang merupakan salah satu tugas akhir yang menjadi tanggung jawab sebagai mahasiswa tingkat akhir. Skripsi yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Café Di Kota Palopo”. Penyusunan Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kebutuhan dalam meraih gelar sarjana Manajemen Program Strata (S1) Universitas Muhammadiyah Palopo. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih banyak kekurangan dan kendala-kendala yang dihadapi, namun semua kekurangan dan kendala tersebut diatasi oleh penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT atas keterlibatannya secara ilahiyah
2. Untuk kedua Orang Tua saya (Bapak Syahar dan Ibu Subaedah) beserta keluarga saya yang selalu mendukung serta doa yang tidak henti-hentinya demi kelancaran dan kesuksesan penelitian dalam menyelesaikan Skripsi ini.

3. Bapak Dr. Salju S.E., M.M. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palopo. Sekaligus dosen pembimbing kedua saya yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing dan memberikan saran dalam menyelesaikan penulisan Skripsi ini.
4. Bapak Prof, Dr, Suhardi M, Anwar M,M. Selaku Wakil Rektor III Universitas Muhammadiyah Palopo, Sekaligus Dosen Pembimbing pertama yang akrab saya sapa dengan sebutan Opu, yang dimana beliau sering memberikan masukan, penyemangat, mentor terbaik saya, mengorbankan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing dan memberikan saran dalam menyelesaikan penulisan Skripsi ini.
5. Bapak Hapid S.E., M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo.
6. Bapak Imran Ukkas S.E., M.M. Selaku Ketua Prodi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Palopo.
7. Seluruh Dosen dan staf akademik yang selalu memberikan fasilitas dan ilmu pada penelitian sehingga menunjang dalam menyelesaikan Skripsi ini.
8. Terima Kasih kepada seluruh Keluarga Besar Himpunan Mahasiswa Kreatif (HMK), Kakak-Kakak yang tak henti-hentinya memeberikan masukan dan penyemangat, begitu pulah angkatan saya, Adik-Adik yang selalu mensupport, selalu terjaga. Dan Himpunan Mahasiswa Program Studi Manajemen (HMPS), serta kerabat yang tak henti-henti nya

memberikan masukan. dan teman-teman seperjuangan, Suharno, Aco, Supardi, Muh.sabar, Amirudin, Alfin dan Iqbal.

9. Terima kasih juga kepada Riska Amelia S.AK, yang telah mengajarkan banyak hal kepada penulis terkait tentang penelitian dan memberikan dukungan tanpa henti hingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi.
10. Terima kasih kepada Putri Sari yang tak henti-hentinya Selalu mendoakan, memotivasi, menemani, dan menjadi Penyemangat hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dan tanggungjawab sebagai Mahasiswa akhir.
11. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat di sebutkan satu per satu, saya ucapkan banyak-banyak terimakasih.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas semua kebaikan yang telah diberikan.Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti umumnya kepada para pembaca.

Palopo 17 Agustus 2021

Rahmat

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iv
PRAKATA	v
INTISARI.....	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TEBEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Keputusan Konsumen	6
2.1.2 Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian	7
2.1.3 Macam-Macam Keputusan Pembelian Konsumen	9
2.2 Faktor Bauran Pemasaran	11
2.2.1 Harga.....	11
2.2.2 Produk.....	12
2.2.3 Promosi	14
2.2.4 Lokasi	16
2.3 Penelitian Terdahulu	17
2.4 Kerangka Konseptual	23
2.5 Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	25
3.2 Populasi Dan Sampel.....	25
3.3 Jenis dan Sumber Data	27
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	27

3.5	Variabel Penelitian Dan Definisi Operional	27
3.6	Instrumen Penelitian	28
3.7	Metode Analisis Data	29
3.8	Analisis Regresi Linier Berganda	30
3.9	Uji Kuefisien Determinasi	31
3.10	Uji Hipotesis	31
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1	Hasil Penelitan	32
4.1.1	Sejarah Solata Café.....	32
4.2	Deskriptif Statistik	32
4.2.1	Uji Validitas	34
4.2.2	Uji Reabilitas.....	36
4.2.3	Uji Asumsi Klasik	37
4.2.4	Uji Normalitas	37
4.2.5	Uji Mukti Kolinearitas	38
4.2.6	Heteroskedasti Sitas.....	38
4.2.7	Uji Auto Korelasi	39
4.2.8	Uji Regresi Linier Berganda	40
4.2.9	koefisien Diterminasi	41
4.2.10	Uji Parsial (Uji T)	42
4.2.11	Uji Simultan (F)	43
4.3	Hasil dan Pembahasan.....	44
4.3.1	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Konsumen	44
4.3.2	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Konsumen.....	45
4.3.3	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen	45
4.3.4	Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Konsumen	45
BAB V	PENUTUP	47
5.1	Kesimpulan	47
5.2	Saran	47
DAFTAR RUJUKAN	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Konseptual 24

DAFTAR TABEL

Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.5 Definisi Operasional Variabel.....	27
Tabel 4.1 Analisis Statistik Deskriptif	33
Tabel 4.2 Uji Hasil Uji Validitas Variabel Harga	34
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	35
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi	35
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Produk.....	35
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Konsumen.....	36
Tabel 4.7 Hasil Uji Realibilitas	36
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas.....	37
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas	38
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	39
Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi	39
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	40
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	41
Tabel 4.14 Hasil Uji T	42
Tabel 4.15 Hasil Uji F.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Penelitian..... 56-62

Lampiran 2 Hasil Kuesioner Responden..... 63-68

Lampiran 3 Hasil Olah Data..... 69-78

INTI SARI
PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MEMILIH CAFÉ DI KOTA PALOPO

Oleh:

RAHMAT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1). Pengaruh Harga terhadap keputusan konsumen. (2). Pengaruh Promosi terhadap keputusan konsumen. (3). Pengaruh Produk terhadap keputusan konsumen. (4). Pengaruh lokasi terhadap keputusan konsumen. Metode penelitian adalah kuantitatif yang bersifat sebab akibat atau kausal dengan teknik regresi linear berganda. Populasi adalah Konsumen Cafe Solata Palopo dengan sampel 50 Konsumen dengan menggunakan kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1). hasil pengujian hipotesis 1 variabel Harga tidak berpengaruh atau signifikan terhadap Keputusan Konsumen. (2). hasil pengujian hipotesis 2 variabel independen Promosi berpengaruh positif atau signifikan terhadap variabel dependen Keputusan Konsumen yang memiliki tingkat signifikan. (3). hasil analisis data, Variabel Lokasi memiliki tingkat signifikansi yang menunjukkan bahwa Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Konsumen. (4). hasil pengujian hipotesis 4 variabel independen Produk signifikan namun berpengaruh negatif terhadap variabel dependen Keputusan Konsumen.

Kata kunci: Harga, Promosi, Lokasi, Produk dan Keputusan Konsumen

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF MARKETING MIX ON CONSUMER DECISIONS IN CHOOSING CAF IN PALOPO CITY

By:

Rahmat

This study aims to determine: (1). Effect of Price on consumer decisions. (2). Effect of Promotion on consumer decisions. (3). The influence of the product on consumer decisions. (4). The influence of location on consumer decisions. The research method is quantitative which is causal or causal with multiple linear regression techniques. The population is the Consumers of Cafe Solata Palopo with a sample of 50 consumers using a questionnaire. The results of this study indicate that: (1). the results of hypothesis testing 1 variable price has no effect or significant on consumer decisions. (2). The results of hypothesis testing 2 independent variables Promotion have a positive or significant effect on the dependent variable of Consumer Decisions which has a significant level. (3). the results of data analysis, the location variable has a significance level which indicates that location has a significant effect on consumer decisions. (4). The results of testing the hypothesis of 4 independent variables. Product is significant but has a negative effect on the dependent variable of Consumer Decisions.

Keywords: Price, Promotion, Location, Product and Consumer Decision

