

SKRIPSI

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
RUMAH TYPE 36 GRIYO TAMAN ASRI
KOTA SIDOARJO**



Oleh :

FEBRIAN WAHYU R

NBI : 211207638

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2016**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
RUMAH TYPE 36 GRIYO TAMAN ASRI
KOTA SIDOARJO**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen**

Oleh :

FEBRIAN WAHYU R

NBI : 211207638

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2016

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal : 10 Agustus 2016

TIM PENGUJI :

1. Drs. Ec. Rudy Santoso, MM

2. Dra. Ec. IA Sri Brahmayanti, MM

3. Drs. Ec. M. Suyanto, MM

TANDA TANGAN

Ketua :

Anggota :

Anggota :

Mengesahkan
Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Dekan,


Dr. Sigit Sardjono, M.Ec
NPP : 20210.86.0070

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Yang Bertanda Tangan dibawah ini :

- Nama : Febrion Wahyu R
- Agama : Islam
- Alamat Rumah : Griyo Taman Asri, HB – 2 Tawangsari, Taman, Sidoarjo

Dengan ini menyatakan Skripsi yang berjudul :

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN RUMAH TYPE 36 GRIYO TAMAN ASRI KOTA SIDOARJO.

Adalah hasil kerja Tulisan saya sendiri bukan hasil plagiat dari Karya Tulis Ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Thesis ataupun Desertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang kami tulis adalah hasil plagiat maka kami bersedia menerima sangsi. Dan saya bertanggung jawab secara mandiri tidak ada sangkut pautnya dengan dosen pembimbing dan kelembagaan Fak Ekonomi Untag Surabaya.

Surabaya, 10 Agustus 2016

Yang Membuat



**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya :

Nama : FEBRIAN KHAHYU R

Nomor Mahasiswa : 211207698

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya memberikan kepada Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya karya ilmiah saya yang berjudul :
PENGALIHAN BAHAN PEMASAKAN TERHADAP KEPUNSAW
PEMBELIAN RUMAH TYPE 36 GRIYO TAMAN ASRI
KOTA SURABAYA

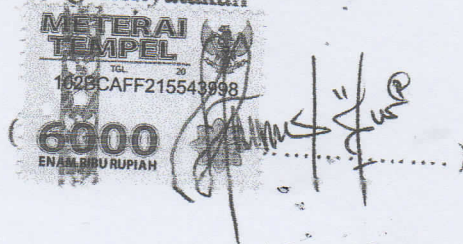
berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan demikian saya memberikan kepada Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya hak untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk media lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikannya di Internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya maupun memberikan royalti kepada saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Surabaya

Pada tanggal : 01 Agustus 2018

Yang menyatakan



SKRIPSI

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
RUMAH TYPE 36 GRIYO TAMAN ASRI
KOTA SIDOARJO**



Oleh :

FEBRIAN WAHYU R

NBI : 211207638

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2016**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
RUMAH TYPE 36 GRIYO TAMAN ASRI
KOTA SIDOARJO**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen**

Oleh :

FEBRIAN WAHYU R

NBI : 211207638

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2016**

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Nama : FEBRIAN WAHYU R
N. B. I : 211207638
Program Studi : MANAJEMEN
Judul Skripsi : **PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH TYPE 36 GRIYO
TAMAN ASRI KOTA SIDOARJO**

Surabaya, 10 Agustus 2016

Mengetahui/Menyetujui

Pembimbing,

Drs. Ec. Rudy Santoso, MM

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal : **10 Agustus 2016**

TIM PENGUJI :

1. Drs. Ec. Rudy Santoso, MM

2. Dra. Ec. IA Sri Brahmayanti, MM

3. Drs. Ec. M. Suyanto, MM

TANDA TANGAN

Ketua :

Anggota :

Anggota :

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan,

Dr. Sigit Sardiono, M.Ec
NPP : 20210.86.0070

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 10 Agustus 2016

Tim Penguji :

Surabaya, 10 Agustus 2016

Mengetahui/Menyetujui

Pembimbing,

Drs. Ec. Rudy Santoso, MM

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Yang Bertanda Tangan dibawah ini :

- Nama : Febrian Wahyu R
- Agama : Islam
- Alamat Rumah : Griyo Taman Asri, HB – 2 Tawang Sari, Taman,
Sidoarjo

Dengan ini menyatakan Skripsi yang berjudul :

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN RUMAH TYPE 36 GRIYO TAMAN ASRI KOTA SIDOARJO.**

Adalah hasil kerja Tulisan saya sendiri bukan hasil plagiat dari Karya Tulis Ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Thesis ataupun Desertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang kami tulis adalah hasil plagiat maka kami bersedia menerima sanksi. Dan saya bertanggung jawab secara mandiri tidak ada sangkut pautnya dengan dosen pembimbing dan kelembagaan Fak Ekonomi Untag Surabaya.

Surabaya, 10 Agustus 2016

Yang Membuat

Febrian Wahyu R

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Karya Ini Penulis Persembahkan Kepada :

Kedua Orang Tua Tercinta,

Sahabat – sahabat Terkasih.

Terima Kasih Atas Segala Do'a serta Motivasi

Yang Tiada Henti Kalian Curahkan Kepadaku

Almamaterku Tersegalanya Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

*“ Kehidupanmu Tergantung Pada Langkah Kakimu, Keyakinanmu
Berdasarkan Pada Hati Nuranimu “*

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat, rahmat, taufik dan hidayah-Nya, penyusunan skripsi yang berjudul *“PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH TYPE 36 GRIYO TAMAN ASRI KOTA SIDOARJO”* dapat diselesaikan dengan baik.

Dengan selesainya penyusunan skripsi ini sebagai tugas akhir dalam menempuh jenjang Strata-1 dalam bidang ilmu komunikasi pada Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, setidaknya penulis telah memenuhi kewajiban akademik sebagai mahasiswa, selain itu penyelesaian skripsi ini merupakan pemenuhan janji penulis kepada kedua orang tua dan keluarga.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah memberikan kontribusi bagi penulis dalam penyusunan skripsi ini.

1. Dr. Sigit Sardjono, M.Ec. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Dra. Ec. I.A. Sri Bahmayanti, MM selaku Kaprodi Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Drs. Ec. Rudy Santoso, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dalam penulisan skripsi ini.

4. Bapak dan Ibu Dosen serta segenap karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Ibunda (Neny Rachmawati) dan Ayahanda (Sunoto) yang telah membesarkan, menjaga dan mendoa'kan penulis sampai saat ini serta terima kasih telah menjadi terbaik dan terbaik dalam hidup, “ *You're all could never be changed* ”
6. Sahabat – sahabat Manajemen dan Ekonomi Pembangunan 2012 yang telah memberikan dukungan do'a nya selama ini
7. Andrik, Ambar, Yoyok, Putri, Saptian, Eko, Cia, Kalian Keluarga Selamanya.
8. Rekan-rekan KKN Wonosalam Jombang, Rekan-rekan Vespa Untag Surabaya yang telah memberikan segala dukungannya selama ini.
9. Tyas Irmandasari, terimakasih atas dukungan dan semangatnya

Akhirnya, penulis hanya mampu memanjatkan do'a semoga semua bantuan dan motivasi yang tercurah pada penulis mendapat imbalan pahala dari Allah SWT. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri khususnya dan segenap pembaca pada umumnya. Amin.

Surabaya, 10 Agustus 2016

Febrian Wahyu R

ABSTRAK

The house is a fundamental need for humans, where the house can be used as a means for a place to stay for families. The rapid development in the cities allows for investors to look at the housing business is so rapid. The number of facilities created by residential investors such as: strategic location, shopping malls, sports facilities, entertainment venues and exciting offers that others are very tempting consumers to make a purchase decision.

This research aims : 1) To obtain empirical evidence about the effect of simultaneously (together) marketing mix consists of product, price, place, promotion to the home buying decision. 2) Is the marketing mix consisting of product, price, place and promotion partially (alone) significantly influence the home buying decision

The population used in this research is the consumer or the locals who live in Griyo Taman Asri Sidoarjo, in this study of 40 respondents and the technique used is the technique of Non-probability sampling approach purposive sampling (sampling technique with the criteria or requirements).

Based on this research, regression equation as following:

$$Y = 4239 - 0,063 X_1 + 0,123 X_2 + 0,608 X_3 - 0,341 X_4$$

Based on 4239 results found Independent Variables ie consisting Purchase Decision, Variable Product, Price, Place, Promotion has a positive correlation with the increase in purchase decision. - 0,063 Variable Coefficient X_1 amount of product - this means the variable 0,063 products negatively affect purchasing decisions. The amount of Variable Price 0,123 X_2 coefficient which means any increase in the variable Price by 1%, then the increase in purchases Decision 0,123 assuming other variables (product, place, promotion) constant. The amount of Variable Coefficient 0,608 X_3 Place which means any increase in variable Place by 1%, then the increase in purchases Decision 0,608 assuming other variables (product, price, promotion) constant. - 0,341 X_4 Promotion amount of Variable Coefficient - 0,341 This means that the variable Promotion negative influence on the purchase decision.

Keywords: Product, Price, Place, Promotion and Purchase Decision

RINGKASAN

Rumah merupakan suatu kebutuhan yang mendasar bagi manusia, dimana rumah dapat dijadikan sarana untuk tempat tinggal bagi keluarga. Semakin pesatnya pembangunan di kota-kota memungkinkan bagi para investor untuk melirik bisnis perumahan yang begitu pesatnya. Banyaknya sarana-sarana yang diciptakan oleh investor perumahan seperti: letaknya strategis, tempat perbelanjaan, sarana olahraga, tempat hiburan serta tawaran-tawaran yang menarik lain lain sangat menggoda konsumen untuk melakukan suatu keputusan pembelian.

Penelitian ini bertujuan : 1) Untuk memperoleh bukti empiris tentang pengaruh secara simultan (bersama-sama) bauran pemasaran yang terdiri dari product, price, place, promotion terhadap keputusan pembelian rumah. 2) Apakah bauran pemasaran yang terdiri dari product, price, place dan promotion secara parsial (sendiri-sendiri) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen atau penduduk setempat yang tinggal di Griyo Taman Asri Sidoarjo, pada penelitian ini sebanyak 40 responden dan teknik yang digunakan adalah teknik *Non-probability sampling* dengan pendekatan *Purposive sampling* (teknik penentuan sampel dengan kriteria atau persyaratan tertentu).

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 4.239 - 063 X_1 + 0.123 X_2 + 0.608 X_3 - 341 X_4$$

Berdasarkan hasil ditemukan 4.239 Variabel Independen yaitu Keputusan Pembelian yang terdiri, Variabel *Product*, *Price*, *Place*, *Promotion* mempunyai hubungan positif dengan peningkatan Keputusan Pembelian. - 063 X_1 Besarnya Koefisien Variabel Produk sebesar - 063 ini berarti variabel produk berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. 0,123 X_2 Besarnya Koefisien Variabel *Price* yang berarti setiap peningkatan variabel *Price* sebesar 1%, maka Keputusan pembelian meningkat 0.123 dengan asumsi variabel lainnya (*product*, *place*, *promotion*) konstan. 0,608 X_3 Besarnya Koefisien Variabel *Place* yang berarti setiap peningkatan variabel *Place* sebesar 1%, maka Keputusan pembelian meningkat 0.447 dengan asumsi variabel lainnya (*product*, *price*, *promotion*) konstan. - 341 X_4 Besarnya Koefisien Variabel *Promotion* sebesar - 341 ini berarti variabel *Promotion* berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *Product*, *Price*, *Place*, *Promotion* dan *Keputusan Pembelian*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN SURAT ANTI PLAGIAT.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
RINGKASAN.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran	7
2.1.2 Konsep Pemasaran	8
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	9
2.1.4 Bauran Pemasaran.....	10
2.1.4.1 Produk.....	12
2.1.4.2 Harga	13
2.1.4.3 Tempat	14
2.1.4.4 Promosi.....	14
2.1.5 Arti Penting Bauran Pemasaran.....	16
2.1.6 Marketing Real Estate.....	18
2.1.7 Pengambilan Keputusan.....	20
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Konsep Penelitian	26
2.4 Hipotesis Penelitian	27
 BAB III METODE PENELITIAN	 28
3.1 Desain Penelitian	28
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	28
3.3 Populasi dan Sampel.....	28
3.3.1 Populasi	28
3.3.2 Sampel.....	29
3.4 Tehnik Sampling dan Besarnya Sampel	29

3.5 Definisi Variabel dan Definisi Operasional	30
3.5.1 Pengukuran Variabel	32
3.6 Jenis Data	33
3.7 Sumber Data.....	34
3.8 Tehnik Pengumpulan Data.....	34
3.9 Proses Pengolahan Data.....	35
3.10 Tehnik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data	35
3.10.1 Analisis Data.....	36
3.11 Pengujian Hipotesis	37
3.11.1 Pengujian Hipotesis Pertama	37
3.11.2 Pengujian Hipotesis Kedua.....	38
3.11.3 Analisis Koefisien Determinasi	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	41
4.1.1 Sejarah PT. Karya Makmur	41
4.1.2 Profil Perusahaan	41
4.1.2.1 Visi dan Misi PT. Karya Makmur.....	43
4.1.3 Bidang dan Bentuk Jasa Layanan	43
4.1.4 Struktur Organisasi	45
4.1.5 Uraian Tugas	46
4.1.6 Hari Kerja dan Jam Kerja.....	50
4.1.7 Daftar Rumah Griyo Taman Asri	50
4.2 Proses Pembangunan	51

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
5.1 Deskripsi Hasil Penelitian.....	53
5.1.1 Deskripsi Profil Responden.....	53
5.1.2 Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
5.1.3 Deskripsi Profil Responden Menurut Usia Responden	54
5.1.4 Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	55
5.2 Analisis Tanggapan Responden	56
5.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Produk.....	57
5.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Produk.....	58
5.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Lokasi	59
5.2.4 Tanggapan Responden Mengenai Promosi	60
5.2.5 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian	61
5.3 Analisis Hasil Penelitian.....	62
5.3.1 Uji Validitas.....	62
5.3.2 Uji Realibilitas	66
5.3.3 Analisis Regresi dan Korelasi	67
5.4 Pengujian Hipotesis	69
5.4.1 Uji Pengaruh Parsial	69
5.4.2 Uji Pengaruh Simultan	70
5.4.3 Pengujian Koefisien Determinasi	71
5.5 Pembahasan.....	73
5.5.1 Pengaruh Variabel Produk (X1) Terhadap (Y).....	73
5.5.2 Pengaruh Variabel Harga (X1) Terhadap (Y)	74
5.5.3 Pengaruh Variabel Tempat (X1) Terhadap (Y).....	74
5.5.4 Pengaruh Variabel Promosi (X1) Terhadap (Y).....	75

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	76
6.1 Kesimpulan	76
6.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN-LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Variabel Penelitian.....	31
Tabel 4.1 Daftar Rumah Griyo Taman Asri.....	51
Tabel 5.1 Distribusi Jawaban Responden Variabel Produk	57
Tabel 5.2 Distribusi Jawaban Responden Variabel Harga.....	58
Tabel 5.3 Distribusi Jawaban Responden Variabel Lokasi.....	59
Tabel 5.4 Distribusi Jawaban Responden Variabel Promosi	60
Tabel 5.5 Distribusi Jawaban Responden Keputusan Pembelian	61
Tabel 5.6 Uji Validitas Variabel Product (x1).....	63
Tabel 5.7 Uji Validitas Variabel Price (x2).....	64
Tabel 5.8 Uji Validitas Variabel Place (x3)	64
Tabel 5.9 Uji Validitas Variabel Promotion (x4)	65
Tabel 5.10 Uji Validitas Variabel Promotion (x5)	65
Tabel 5.11 Hasil Reliabilitas	66
Tabel 5.12 Olahan Data Regresi dan Korelasi	67
Tabel 5.13 Hasil Perhitungan Nilai T	69
Tabel 5.14 Hasil Perhitungan Nilai F	71
Tabel 4.15 Hasil Koefisien Determinasi	72

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Tahap – Tahap Proses Pembelian	20
Gambar 2.2 Kerangka Pikir Penelitian.....	26
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Karya Makmur.....	46
Gambar 5.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Gambar 5.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia Konsumen	55
Gambar 5.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	56

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Kuesioner Penelitian.....	81
Lampiran B Tabulasi Data Penelitian	84
Lampiran C Frekuensi.....	85
Lampiran D Regresi	86
Lampiran E Interpretasi Output Uji Kolmogorov-Smirnov	91
Lampiran F Uji Korelasi.....	92
Lampiran G Uji Reliabilitas	94
Lampiran H Tanggapan Responden Mengenai Produk	98