

YUNITA KURNIATI 08.03.2.1.1.00009. PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BATIK MADURA. Dibawah bimbingan Dr. Elys Fauziah, SP., MP dan Amanatuz Zuhriyah, SP., MMA

---

## ABSTRAK

Perkembangan dunia bisnis saat ini tumbuh dengan pesat, baik bisnis besar maupun bisnis usaha kecil dan menengah. Bisnis yang bergerak dibidang perdagangan batik juga menunjukkan pertumbuhan yang positif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik konsumen yang membeli produk batik Madura dan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, promosi, dan distribusi) terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk batik Madura. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Bangkalan dan di Kabupaten Pamekasan. metode pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling* sedangkan metode analisis yang digunakan adalah metode Analisis *Deskriptif Kualitatif* yaitu untuk mengetahui karakteristik responden dan Analisis Regresi Linear Berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bauran pemasaran yaitu: produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), promosi ( $X_3$ ), distribusi ( $X_4$ ) terhadap variabel keputusan pembelian konsumen ( $Y$ ). hasil penelitian menunjukkan bahwa Dalam penelitian ini konsumen yang menggunakan batik Madura sebagian besar berusia antara 20-39 tahun, dan jenis kelamin perempuan dengan tingkat pendidikan perguruan tinggi (PT) dan memiliki pendapatan kurang dari atau sama dengan ( $\leq$ ) Rp. 900.000, serta jenis pekerjaan adalah swasta. Dan berdasarkan hasil uji analisis regresi diketahui variabel bauran pemasaran secara simultan (bersama-sama) mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk batik Madura. Sedangkan dari analisis parsial (sendiri-sendiri) diketahui variabel produk dan harga yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli batik Madura.

Kata kunci: Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian, Batik Madura

YUNITA KURNIATI 08.03.2.1.1.00009. EFFECT ON THE MARKETING MIX DECISIONS OF PURCHASE MADURA BATIK. Under the guidance of Dr. Elys Fauziyah, SP., MP and Amanatuz Zuhriyah, SP., MMA

---

### **ABSTRACT**

The development of today's business world is growing rapidly, both big business and small and medium-sized businesses. Businesses engaged in the trade batik also showed positive growth. The purpose of this study was to investigate the characteristics of consumers who buy products Madura batik and to analyze the influence of the marketing mix (product, price, promotion, and distribution) against the decisions of consumers into buying products Madura batik. The research was conducted in Bangkalan and Pamekasan. sampling method using accidental sampling method while the method of analysis used is descriptive analysis method to determine the qualitative characteristics of respondents and Multiple Linear Regression Analysis to determine how much influence the marketing mix: product (X1), price (X2), promotion (X3) , distribution (X4) of the consumer purchase decision variable (Y). results showed that consumers in this study using Madura batik mostly aged between 20-39 years, and female gender with a college education level (PT) and have incomes less than or equal to ( $\leq$ ) Rp. 900.000, as well as the type of work is private. And based on regression analysis of test results known to the marketing mix variables simultaneously (together) influence the purchasing decisions of consumers in Madura batik products. While the partial analysis (individually) are known variables that affect prices of products and consumers in the purchase decision Madura batik.

Keywords: Marketing Mix, Purchase Decision, Batik Madura

## DAFTAR ISI

|                                                                | <b>Halaman</b> |
|----------------------------------------------------------------|----------------|
| ABSTRAK .....                                                  | i              |
| ABSTRACT .....                                                 | ii             |
| DAFTAR ISI .....                                               | iii            |
| DAFTAR TABEL .....                                             | v              |
| DAFTAR GAMBAR .....                                            | vii            |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                          | viii           |
| I. PENDAHULUAN .....                                           | 1              |
| 1.1. Latar Belakang .....                                      | 1              |
| 1.2. Rumusan Masalah .....                                     | 4              |
| 1.3. Tujuan Penelitian .....                                   | 4              |
| II. TINJAUAN PUSTAKA .....                                     | 5              |
| 2.1. Pengertian Pemasaran .....                                | 5              |
| 2.2. Bauran Pemasaran .....                                    | 5              |
| 2.2.1. Produk .....                                            | 5              |
| 2.2.2. Harga .....                                             | 6              |
| 2.2.3. Promosi .....                                           | 7              |
| 2.2.4. Distribusi .....                                        | 8              |
| 2.3. Karakteristik Konsumen .....                              | 10             |
| 2.4. Perilaku Konsumen .....                                   | 11             |
| 2.4.1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen ..... | 11             |
| 2.4.2. Keputusan Pembelian .....                               | 13             |
| 2.5. Batik Di Indonesia .....                                  | 14             |
| 2.6. Penelitian Terdahulu .....                                | 14             |
| 2.7. Kerangka Berpikir .....                                   | 15             |
| 2.8. Hipotesis .....                                           | 17             |
| III. METODOLOGI PENELITIAN .....                               | 18             |
| 3.1. Metode Penentuan Lokasi Penelitian .....                  | 18             |
| 3.2. Metode Penentuan Sampel .....                             | 18             |
| 3.3. Jenis Dan Metode Pengumpulan Data .....                   | 18             |

|                                                                  |           |
|------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.4. Skala Pengukuran .....                                      | 19        |
| 3.5. Metode Analisis Data .....                                  | 19        |
| 3.5.1. Analisis Dskriptif Kualitatif. ....                       | 19        |
| 3.5.2. Analisis Regresi Linear Berganda. ....                    | 19        |
| IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....                                   | 23        |
| 4.1. Deskripsi Karakteristik Konsumen .....                      | 23        |
| 4.1.1. Karakteristik Konsumen .....                              | 23        |
| 4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Bauran Pemasaran..... | 27        |
| 4.2. Hasil Uji Analisis .....                                    | 38        |
| 4.2.1. Uji Validitas dan Realibilitas.....                       | 38        |
| 4.2.2. Uji Asumsi Klasik .....                                   | 41        |
| 4.2.3. Uji Model.....                                            | 43        |
| V. KESIMPULAN DAN SARAN.....                                     | 50        |
| 5.1. Kesimpulan.....                                             | 50        |
| 5.2. Saran.....                                                  | 50        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                      | <b>51</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                             | <b>53</b> |

## DAFTAR TABEL

| <b>Tabel</b> | <b>Judul</b>                                                                                                         | <b>Halaman</b> |
|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| Tabel 1.     | Perkembangan Unit Usaha dan Nilai Produksi Batik Indonesia tahun 2005-2009.....                                      | 1              |
| Tabel 2.     | Nilai Ekspor Batik Indonesia 2005-2009.....                                                                          | 1              |
| Tabel 3.     | Karakteristik Responden yang Menggunakan Batik Madura Tahun 2012 Berdasarkan Usia.....                               | 23             |
| Tabel 4.     | Karakteristik Responden yang Menggunakan Batik Madura Tahun 2012 Berdasarkan Jenis Kelamin . ....                    | 24             |
| Tabel 5.     | Karakteristik Responden yang Menggunakan Batik Madura Tahun 2012 Berdasarkan Pendidikan . ....                       | 25             |
| Tabel 6.     | Karakteristik Responden yang Menggunakan Batik Madura Tahun 2012 Berdasarkan Pendapatan . ....                       | 26             |
| Tabel 7.     | Karakteristik Responden yang Menggunakan Batik Madura Tahun 2012 Berdasarkan Jenis Pekerjaan . ....                  | 27             |
| Tabel 8.     | Karakteristik Responden yang Menggunakan Batik Madura Tahun 2012 Berdasarkan Kualitas Produk . ....                  | 28             |
| Tabel 9.     | Karakteristik Responden yang Menggunakan Batik Madura Tahun 2012 Berdasarkan Warna Produk . ....                     | 28             |
| Tabel 10.    | Karakteristik Responden yang Menggunakan Batik Madura Tahun 2012 Berdasarkan Pelayanan . ....                        | 29             |
| Tabel 11.    | Karakteristik Responden yang Menggunakan Batik Madura Tahun 2012 Berdasarkan Tingkat Harga (Harga Terjangkau) . .... | 30             |
| Tabel 12.    | Karakteristik Responden yang Menggunakan Batik Madura Tahun 2012 Berdasarkan Harga Saing Batik Madura . ....         | 31             |
| Tabel 13.    | Karakteristik Responden yang Menggunakan Batik Madura Tahun 2012 Berdasarkan Variasi Harga Batik Madura . ....       | 32             |
| Tabel 14.    | Karakteristik Responden yang Menggunakan Batik Madura Tahun 2012 Berdasarkan Promosi Internet . ....                 | 33             |

|                                                                                                                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 15. Karakteristik Responden yang Menggunakan Batik Madura Tahun 2012 Berdasarkan Promosi Teman .....                                                  | 34 |
| Tabel 16. Karakteristik Responden yang Menggunakan Batik Madura Tahun 2012 Berdasarkan Promosi Media Cetak . ....                                           | 34 |
| Tabel 17. Karakteristik Responden yang Menggunakan Batik Madura Tahun 2012 Berdasarkan Potongan Harga . ....                                                | 35 |
| Tabel 18. Karakteristik Responden yang Menggunakan Batik Madura Tahun 2012 Berdasarkan Distribusi Pasar Tradisional . ....                                  | 36 |
| Tabel 19. Karakteristik Responden yang Menggunakan Batik Madura Tahun 2012 Berdasarkan Distribusi Rumah-Rumah Batik . ....                                  | 37 |
| Tabel 20. Karakteristik Responden yang Menggunakan Batik Madura Tahun 2012 Berdasarkan Distribusi Mall .....                                                | 38 |
| Tabel 21. Hasil Uji Validitas Kuesioner Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Madura Tahun 2012 . ....                        | 39 |
| Tabel 22. Hasil Uji Realibilitas Kuesioner Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Madura Tahun 2012 ...                        | 41 |
| Tabel 23. Hasil Uji Multikolinieritas Kuesioner Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Madura Tahun 2012 ...                   | 42 |
| Tabel 24. Hasil Uji Heteroskedastisitas Kuesioner Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Madura Tahun 2012 ...                 | 42 |
| Tabel 25. Hasil Uji Model Koefisien Regresi ( $R^2$ ) Kuesioner Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Madura Tahun 2012 ..... | 43 |
| Tabel 26. Hasil Uji Simultan (Uji F) Kuesioner Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Madura Tahun 2012 ...                    | 44 |
| Tabel 27. Hasil Uji Parsial (Uji T) Kuesioner Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Madura Tahun 2012 ...                     | 46 |

**DAFTAR GAMBAR**

| <b>Gambar</b> | <b>Judul</b>            | <b>Halaman</b> |
|---------------|-------------------------|----------------|
| Gambar 1.     | Kerangka Berpikir ..... | 16             |

## DAFTAR LAMPIRAN

| <b>Lampiran</b> | <b>Judul</b>                              | <b>Halaman</b> |
|-----------------|-------------------------------------------|----------------|
| Lampiran 1:     | Kuesioner Penelitian.....                 | 53             |
| Lampiran 2:     | Data Responden.....                       | 57             |
| Lampiran 3:     | Hasil Wawancara Responden.....            | 58             |
| Lampiran 4:     | Hasil Uji Validitas dan Realibilitas..... | 60             |
| Lampiran 5:     | Hasil Uji Asumsi Klasik.....              | 62             |
| Lampiran 6:     | Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....    | 63             |
| Lampiran 7:     | Dokumentasi.....                          | 65             |