

**PENGARUH MARKETING MIX 7P TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA KEPUASAN
PELANGGAN PADA SDS NUSANTARA KOTA BATAM**

TESIS



Oleh

Angelika Rouli Sinaga

212120006

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA UNIVERSITAS PUTERA
BATAM TAHUN 2023**

**PENGARUH MARKETING MIX 7P TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA KEPUASAN
PELANGGAN PADA SDS NUSANTARA KOTA BATAM**

TESIS

Untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar magister



Oleh

Angelika Rouli Sinaga

212120006

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA UNIVERSITAS PUTERA
BATAM TAHUN 2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan di bawah ini saya:

Nama : Angelika Rouli Sinaga
NPM : 212120006
Fakultas : Ilmu Sosial dan
Humaniora Program Studi :
Magister Manajemen

Menyatakan bahwa "Tesis" yang saya buat dengan judul:

PENGARUH MARKETING MIX 7P TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA KEPUASAN PELANGGAN PADA SDS NUSANTARA KOTA BATAM

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah tesis ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah tesis ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 23 Januari 2023



Angelika Rouli Sinaga
212120006

**PENGARUH MARKETING MIX 7P TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SERTA KEPUASAAN PELANGGAN PADA SDS
NUSANTARA KOTA BATAM**

TESIS

Untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar magister

Oleh
Angelika Rouli Sinaga
212120006

Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal seperti tertera di bawah ini

Batam, 6 Februari 2023


Dr. Nur Elfi Husda S.Kom., M.SI

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, tempat, dan promosi terhadap keputusan pembelian, serta untuk mengetahui pengaruh price, tempat, promosi dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian, maupun untuk mengetahui pengaruh harga, tempat, dan promosi terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan. Jumlah populasi secara keseluruhan dalam penelitian tesis ini ada 235 orang. Sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus Slovin, dan diperoleh jumlah sampel yang diteliti sebanyak 150 responden. Teknik pengumpulan data yang akan di gunakan adalah metode kuesioner dan studi pustaka. Dalam peneltian ini kuesioner diukur menggunakan skala likert. Teknik analisis data yang digunakan terdiri dari analisis statistik deskriptif dan analisis SEM PLS. Hasil analisis menunjukkan bahwa harga, tempat, dan promosi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kemudian price, tempat, promosi dan kepuasan pelanggan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, serta keputusan pembelian mampu memediasi secara positif pada pengaruh tidak langsung harga, tempat, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan. Hasil menunjukkan promosi merupakan variabel yang memiliki pengaruh terendah di antara variabel bebas lainnya, sehingga disarankan agar SDS Nusantara Kota Batam dapat mengkaji kembali promosi yang diberikan kepada konsumen, serta melakukan inovasi promosi yang dapat menarik perhatian konsumen, seperti melakukan promosi dengan memanfaatkan media digital yang sedang banyak digunakan oleh konsumen seperti TikTok, Instagram dan lainnya

Kata Kunci: harga, tempat, promosi, keputusan pembelian, kepuasan pelanggan

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the influence of price, place, and promotion on purchasing decisions, as well as to determine the influence of price, place, promotion and customer satisfaction on customer satisfaction, as well as to find out the influence of price, place, and promotion on purchasing decisions through customer satisfaction. Jumlah populasi secara keseluruhan dalam penelitian ini adalah 235 orang. Sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus Slovin, dan jumlah sampel yang diteliti adalah 150 responden. Teknik pengumpulan data yang akan digunakan adalah metode kuisioner dan studi literatur. Dalam penelitian ini kuisioner diukur menggunakan skala likert. Teknik analisis data yang digunakan terdiri dari analisis statistik deskriptif dan analisis SEM PLS. Hasil analisis menunjukkan bahwa harga, tempat, dan promosi terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kemudian harga, tempat, promosi dan kepuasan pelanggan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan keputusan pembelian mampu memediasi secara positif pengaruh tidak langsung harga, tempat, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi adalah variabel yang memiliki pengaruh terendah di antara variabel bebas lainnya, sehingga disarankan bahwa SDS Nusantara Batam City dapat meninjau kembali promosi yang diberikan kepada konsumen, serta berinovasi dalam promosi yang dapat menarik perhatian konsumen, seperti mempromosikan dengan memanfaatkan media digital yang sedang banyak digunakan oleh konsumen seperti TikTok, Instagram dan lainnya

Keywords: *price, place, promotion, purchase decision, customer satisfaction*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan YME yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi magister (S2) pada Program Studi Manajemen (S2) Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari bahwa tesis ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Putera Batam; Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI
2. Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
3. Ketua program studi Manajemen (S2); Ibu Dr. Realize, S.Kom., M.SI.
4. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI selaku pembimbing tesis pada program studi Manajemen (S2) Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
6. Kedua orang tua saya, bapak dan mama Maruntung Sinaga S.H dan Dra Nurli Manurung yang selalu mendoakan saya dan selalu memberi dukungan kepada saya dan selalu sabar membimbing saya.
7. Elza D Marito Sinaga S.M dan Johannes Franklin B Sinaga selaku adek saya yang selalu menyemangati saya.
8. Kepada keluarga tante, uda dan adek saudara saya Murniati, Anita, Sahat, Risdho, Jonathan, Jones, Ravael yang selalu mendukung saya.
9. Chandra S.T, M.M, Veronika Magdalena S.Pd, Jesy Lasria S.M, Titin Ria S.Pd
10. SDS Nusantara yang telah menyediakan tempat terhadap penelitian penulis.
11. Teman seperjuangan mahasiswa/i S2 yang telah berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan perkuliahan S2.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan juga selalu memberkati kita semua.

Batam, 30 Januari 2023

Angel

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	12
1.3 Batasan Masalah	13
1.4 Rumusan Masalah.....	14
1.5 Tujuan Penelitian	15
1.6 Manfaat Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Teori Dasar.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu	36
2.3 Kerangka Berpikir.....	39
2.4 Hipotesis	45
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Metode Penelitian	47
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	47
3.3 Operasional Variabel Penelitian.....	49
3.4 Populasi dan Sampel.....	51
3.5 Sumber Data.....	54

3.6	Metode Pengumpulan Data.....	55
3.7	Uji Instrumen Penelitian.....	57
3.8	Teknik Analisis Data.....	58
3.8.1	Statistik Deskriptif	59
3.8.2	Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	60
3.8.3	Pengujian Hipotesis	65
3.8.4	Analisis SEM dengan efek Mediasi	65
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	68
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	68
4.2	Distribusi Kuisioner Penelitian.....	68
4.3	Uji Instrumen Penelitian	71
4.3.1	Uji Validitas Instrumen Penelitian	72
4.3.2	Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	74
4.4	Deskripsi Variabel Penelitian.....	75
4.5	Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	80
4.5.1	Evaluasi model pengukuran atau <i>outer model</i>	80
4.5.2	Evaluasi model struktural atau <i>inner model</i>	84
4.6	Hasil pengujian hipotesis.....	89
4.6.1	Hasil Uji Pengaruh Langsung	89
4.6.2	Pengujian Pengaruh Tidak Langsung.....	93
4.6.3	Analisis SEM dengan efek Mediasi	95
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian.....	98
4.7.1	Pengaruh Harga (price) Terhadap Keputusan pembelian.....	98
4.7.2	Pengaruh Tempat (place) Terhadap Keputusan pembelian	100
4.7.3	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan pembelian.....	102
4.7.4	Pengaruh Harga (price) Terhadap Kepuasan pelanggan	104
4.7.5	Pengaruh Tempat (place) Terhadap Kepuasan pelanggan.....	106
4.7.6	Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan pelanggan	107
4.7.7	Pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan. 109	
4.7.8	Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian	111
4.7.9	Pengaruh tempat terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian.....	112

4.7.10 Pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian	113
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	114
5.1 Simpulan.....	114
5.2 Saran	116
DAFTAR PUSTAKA.....	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Brosur SDS Nusantara.....	10
Gambar 1.2 Media sosial SDS Nusantara	11
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian.....	32
Gambar 3.1 <i>Model Penelitian: Outer Model dan Inner Model</i>	67
Gambar 3.2 Tahapan Pengujian Mediasi.....	67
Gambar 4.1 Model Empiris PLS Algoritm.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Harga Tiga Sekolah Yang Ada Di Lingkungan SDS Nusantara Tanjung Uncang.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	50
Tabel 3.2 Populasi penelitian.....	51
Tabel 3.3 Skala Likert	55
Tabel 3.4 Rentang Penilaian Jawaban Responden	59
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin	69
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	70
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan.....	70
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Rata-rata Pendapatan.....	71
Tabel 4.5 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	72
Tabel 4.6 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	75
Tabel 4.7 Rangkuman Interval Skor Variabel Penelitian	76
Tabel 4.8 Hasil Deskripsi Variabel Penelitian	76
Tabel 4.9 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	80
Tabel 4.10 Hasil Discriminant Validity	83
Tabel 4.11 Hasil Penelitian Reliabilitas Instrumen	84
Tabel 4.12 Nilai R-square Variabel Terikat	85
Tabel 4.13 Hasil Uji Goodness of Fit.....	88
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Efek Langsung (<i>Path Coefficient</i>).....	90
Tabel 4.15 Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effects)	93
Tabel 4.16 Rekapitulasi Hasil Pengujian Variabel Mediasi.....	95

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus Slovin	53
-------------------------------------	----