

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PT RAMAYANA
LESTARI SENTOSA TBK
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Ricky Rijali Manurung
130910341**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2017**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PT RAMAYANA
LESTARI SENTOSA TBK
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Ricky Rijali Manurung
130910341**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2017**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, dan/atau magister), baik di Universitas Putera Batam maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Batam, 11 Februari 2017

Yang membuat pernyataan,

Materai

Ricky Rijali Manurung
NPM: 130910341

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PT
RAMAYANA
LESTARI SENTOSA TBK
DI KOTA BATAM**

**Oleh:
Ricky Rijali Manurung
130910341**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera di bawah ini**

Batam, 11 Februari 2017

**Suryo Budi Pranoto, S.E., M.M.
Pembimbing**

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala kasih dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati.

Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Nur Elfi Husda, S.Kom.,M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Ibu Tiurniari Purba, S.E., M.M. selaku Dekan Universitas Putera Batam.
3. Bapak Jontro Simanjuntak, S.Pt., S.E., M.M. selaku Kaprodi Manajemen.
4. Bapak Suryo Budi Pranoto, S.E., M.M. selaku pembimbing skripsi pada program studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
6. Bapak Yahya Afandi (Manager) PT Ramayana lestari sentosa tbk kota Batam yang telah memberikan izin untuk melaksanakan penelitian.

7. Abang Zulhamri manurung, Adik Megawati Manurung, serta keluarga penulis lainnya, terima kasih atas dukungan, motivasi dan doa-doanya.
8. Untuk Romaulina Sihombing yang telah memberi doa, support, masukan, dan terus-menerus menyemangati penulis agar penulis tidak putus asa dalam menghadapi kendala saat menyusun skripsi ini.
9. Kepada Reinhart Hutnan teman seperjuangan dari semester satu sampai saat ini, tidak pernah bosan-bosan memberikan motivasi, doa, support dan menyemangati penulis.
10. Kepada semua teman-teman prodi manajemen Bisnis dan Perbankan.
11. Seluruh responden konsumen PT Ramayana lestari sentosa tbk di kota batam yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.

Semoga Tuhan yang Maha Esa membalas semua kebaikan kita dan selalu mencurahkan kasih serta rahmat-Nya, Amin.

Batam, 11 February 2017

Ricky Rijali Manurung

ABSTRAK

Kajian dari penelitian ini adalah pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Beli konsumen di kota Batam. Objek penelitian ini adalah PT Ramayana lestari sentosa tbk Jl. Ahmad Yani, kawasan komersial, muka kuning Mall Panbil kota Batam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara parsial maupun simultan pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli konsumen. Dalam penelitian ini bauran pemasaran dibagi menjadi empat variabel yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. Metode penarikan sampel menggunakan teknik *non probabilitas sampling* dengan teknik *aksidental sampling*. Metode dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif atau berbentuk angka yaitu menjelaskan dan mengolah suatu data yang telah dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner sebagai instrument penelitian dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dan skala pengukurannya menggunakan skala Likert. Pengolahan data menggunakan SPSS 22 dan berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar $4,419 > t$ tabel $1,9850$ dan nilai signifikan (sig) $0,000 < 0,005$. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar $3,179 > t$ tabel $1,9850$ dan nilai signifikan (sig) $0,002 < 0,005$. Tempat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar $0,234 < t$ tabel $1,9850$ dan nilai signifikan (sig) $0,816 > 0,005$. Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar $0,834 < t$ tabel $1,9850$ dan nilai signifikan (sig) $0,406 > 0,005$. Secara simultan bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung $69,286 > F$ tabel $3,09$ dan nilai signifikan (sig) $0,000 < 0,005$.

Kata kunci : Produk, Harga, Tempat, Promosi, Minat Beli Konsumen

ABSTRACT

Studies of this study was the effect of marketing mix to Buy Consumer Interests in the Batam city. The object of this research is PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk Jl. Ahmad Yani, commercial area, a yellow face Panbil Mall Batam. The purpose of this study was to determine whether there was an effect partially and simultaneously influence the marketing mix on consumer buying interest. In this study the marketing mix is divided into four variables: product, price, place and promotion. Sampling method using non-probability sampling technique with accidental sampling technique. The method in this research is quantitative descriptive or shaped figures that explain and process data that have been collected by using a questionnaire as a research instrument with a number of samples used by 100 respondents and a measurement scale using Likert scale. Processing data using SPSS 22 and based on the research results can be concluded that the product is positive and significant impact on consumer buying interest. This is evidenced by the t value of $4.419 > t \text{ table } 1.9850$ and significant values (sig) $0.000 < 0.005$. Prices positive and significant impact on consumer buying interest. This is evidenced by the t value of $3.179 > t \text{ table } 1.9850$ and significant values (sig) $0.002 < 0.005$. The place had no significant effect on consumer buying interest. This is evidenced by the t value of $0.234 < t \text{ table } 1.9850$ and significant values (sig) $0.816 > 0.005$. Promotion does not significantly influence consumers to buy. This is evidenced by the t value of $0.834 < t \text{ table } 1.9850$ and significant values (sig) $0.406 > 0.005$. Simultaneously the marketing mix (product, price, place, promotion) positive and significant impact on consumer buying interest. This is evidenced by $69.286 F \text{ count} > F \text{ table } 3.09$ and significant values (sig) $0.000 < 0.005$.

Keywords: *Product, Price, Place, Promotion, Buy Consumer Interests*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERNYATAAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	6
1.3. Pembatasan Masalah.....	7
1.4. Perumusan Masalah.....	7
1.5. Tujuan Penelitian	8
1.6. Manfaat Penelitian	8
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.6.2 Manfaat Praktis	9
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. Pemasaran	10
2.1.1.1. konsep Pemasaran.....	11
2.1.2. Bauran Pemasaran.....	13
2.1.2.1. Produk.....	15
2.1.2.2. Harga.....	17
2.1.2.3. Tempat	20
2.1.2.4. Promosi	21
2.1.3. Minat Beli Konsumen.....	24
2.2. Penelitian Terdahulu.....	27
2.3. Kerangka Pemikiran	31
2.4. Hipotesis	32
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Desain Penelitian	33
3.2. Operasional Variabel	35
3.2.1. Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	36
3.2.2. Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	37

3.3.	Populasi dan Sampel	37
3.3.1.	Populasi	37
3.3.2.	Sampel	38
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	39
3.4.1.	Pengumpulan Data.....	39
3.4.2.	Alat Pengumpulan Data.....	41
3.5.	Metode Analisis Data	42
3.5.1.	Analisis Deskriptif	43
3.5.2.	Uji Kualitas Data	43
3.5.2.1.	Uji Validitas	44
3.5.2.2.	Uji Reliabilitas	45
3.5.3.	Uji Asumsi Klasik.....	46
3.5.3.1.	Uji Normalitas	46
3.5.3.2.	Uji Linearitas	47
3.5.3.3.	Uji Multikolinearitas.....	48
3.5.3.4.	Uji Heterokedastisitas	49
3.5.4.	Uji Pengaruh	49
3.5.4.1.	Uji Regresi Linear Berganda	50
3.5.4.2.	Uji T.....	51
3.5.4.3.	Uji F	52
3.5.4.4.	Uji R Square	53
3.6.	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	54
3.6.1.	Lokasi Penelitian	54
3.6.2.	Jadwal Penelitian	54

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.	Profil Responden	55
4.1.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.1.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
4.1.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	60
4.1.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Kerja	60
4.1.5.	Karakteristik responden Berdasarkan Gaji Per Bulan.....	61
4.2.	Hasil Penelitian	63
4.2.1.	Analisis Deskriptif	63
4.2.1.1.	Deskriptif Variabel Produk (X1)	64
4.2.1.2.	Deskriptif Variabel Harga (X2)	65
4.2.1.3.	Deskriptif Variabel Tempat (X3)	66
4.2.1.4.	Deskriptif Variabel Promosi.....	68
4.2.1.5.	Deskriptif Variabel Minat Beli.....	71
4.2.2.	Hasil Uji Kualitas Data	71
4.2.2.1.	Hasil Uji Validitas Data.....	72
4.2.2.2.	Hasil Uji Reliabilitas.....	73
4.2.3.	Hasil Uji Asumsi Klasik	74
4.2.3.1.	Hasil Uji Normalitas Data	74
4.2.3.2.	Hasil Uji Linearitas.....	77
4.2.3.3.	Hasil Uji Multikolinearitas	79

4.2.3.4. Hasil Uji Heterokedastisitas	80
4.2.4. Hasil Uji Pengaruh	81
4.2.4.1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	81
4.2.4.2. Hasil Uji t.....	83
4.2.4.3. Hasil Uji F	85
4.2.4.4. Hasil Uji R Square	86
4.3. Pembahasan	87
4.3.1. Pengaruh Produk Terhadap Minat Beli Konsumen.....	87
4.3.2. Pengaruh Harga Terhadap Minat beli Konsumen.....	87
4.3.3. Pengaruh Tempat Terhadap Minat Beli Konsumen.....	88
4.3.4. Pengaruh promosi terhadap Minat Beli Konsumen.....	88

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	90
5.2. Saran	92

DAFTAR PUSTAKA	93
----------------------	----

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

SURAT BALASAN IZIN PENELITIAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Data Pendapatan Tahun PT Ramayana.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Variabel Independen dan Indikatornya	36
Tabel 3.2 Variabel Dependen dan Indikatornya.....	37
Tabel 3.3 Skala likert.....	42
Tabel 3.4 Kriteria Analisis Deskripsi	43
Tabel 3.5 Jadwal Penelitian	54
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	58
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan MasaKerja.....	60
Tabel 4.5 Karakteristik responden Berdasarkan Gaji Per Bulan.....	61
Tabel 4.6 Kriteria Analisis Deskripsi	63
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Produk	64
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel Harga	65
Tabel 4.9 Deskriptif Variabel Tempat.....	67
Tabel 4.10 Deskriptif Variabel Promosi.....	68
Tabel 4.11 Deskriptif Variabel Minat Beli.....	70
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas.....	72
Tabel 4.13 Indeks Koefisien Reabilitas.....	73
Tabel 4.14 Hasil Uji Reabilitas	74
Tabel 4.15 One-Sample kolmogorov-Smirnov Test	77
Tabel 4.16 ANOVA Tabel Produk (X1)	77
Tabel 4.17 ANOVA Tabel Harga (X2).....	78
Tabel 4.18 ANOVA Tabel Tempat (X3)	78
Tabel 4.19 ANOVA Tabel Promosi (X4)	78
Tabel 4.20 Hasil Uji Multikolinieritas	79
Tabel 4.21 Hasil Uji Heteroskedastisitas	80
Tabel 4.22 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	81
Tabel 4.23 Hasil Uji T (Parsial)	84
Tabel 4.24 Hasil Uji F (Simultan).....	85
Tabel 4.25 hasil Uji R Square	86

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 <i>The Four P Components Of The Marketing Mix</i>	14
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian.....	31
Gambar 3.1 <i>Bell Shaped Curve</i>	47
Gambar 4.1 Grafik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Gambar 4.2 Grafik Responden Berdasarkan Usia	58
Gambar 4.3 Grafik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	59
Gambar 4.4 Grafik Responden Berdasarkan MasaKerja	61
Gambar 4.5 Grafik Responden Berdasarkan Gaji Per Bulan.....	62
Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas Pada Histogram	75
Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas Pada Normal P-Plot.....	76

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rumus <i>Slovin</i>	39
Rumus 3.2 Rumus <i>Corrected Item Total Correlation</i>	44
Rumus 3.3 Rumus <i>Conbrach Alpha</i>	46
Rumus 3.4 Rumus Regresi Linier Berganda	50
Rumus 3.5 Rumus Koefisien Determinasi (R^2)	53

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN

LAMPIRAN II REKAPITULASI PROFIL RESPONDEN

LAMPIRAN III REKAPITULASI DATA HASIL KUESIONER

LAMPIRAN IV HASIL UJI

LAMPIRAN V TABEL r

LAMPIRAN VI TABEL t

LAMPIRAN VII TABEL F