

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE
REALME**

MUHAMMAD IMAM ISLAHUDIN

1702517026



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Karya Ilmiah ini disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mendapatkan Gelar Ahli Madya**

**PROGRAM STUDI D3 MANAJEMEN PEMASARAN
PEMASARAN**

MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2021

***THE INFLUENCE OF MARKETING MIX ON SMARTPHONE
REALM PRODUCT PURCHASE DECISIONS***

MUHAMMAD IMAM ISLAHUDIN

1702517026



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**This scientific work is prepared to meet one of the requirements for getting
an Associate Expert Degree**

MARKETING MANAGEMENT STUDY DIII PROGRAM

FACULTY OF ECONOMIC

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2021

ABSTRAK

MUHAMMAD IMAM ISLAHUDIN. 1702517026. Pengaruh Bauran pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Realme. Program Studi DIII Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Persaingan yang semakin ketat antar perusahaan *handphone* di Indonesia menggambarkan bahwa semakin sulit memprediksi perilaku konsumen dalam perkembangan proses transaksi yang sedang terjadi saat ini. Pemasaran biasanya dihadapkan dengan masalah produk, harga,distribusi, dan promosi yaitu berapa dan bagaimana bauran pemasaran tersebut diterapkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan dan manakah dari keempat variabel bauran pemasaran yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Metode pengumpulan data pada penelitian ini melalui kuesioner. Teknik analisis data menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi linear sederhana, koefisien determinasi dan uji hipotesis dengan menggunakan SPSS VERSI 20 untuk pengolahan data.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

MUHAMMAD IMAM ISLAHUDIN. 1702517026. Effect of Marketing Mix on Purchasing Decisions of Realme Mobile Products. Marketing DIII Study Program. Faculty of Economics. Universitas Negeri Jakarta.

The increasingly tighter competition between mobile phone companies in Indonesia illustrates that it is increasingly difficult to predict consumer behavior in the current development of the transaction process. Marketing is usually faced with product, price, distribution, and promotion problems, namely how much and how the marketing mix is applied. The purpose of this study is to determine how much influence the marketing mix has on purchasing decisions either partially or simultaneously and which of the four marketing mix variables has the most influence on purchasing decisions.

The method used in this research is descriptive analysis. The method of collecting data in this study is through a questionnaire. The data analysis technique used instrument test, classic assumption test, simple linear regression, coefficient of determination and hypothesis testing using SPSS VERSION 20 for data processing.

Keywords: Marketing Mix, Purchasing Decision

LEMBAR PERSETUJUAN PROPOSAL KARYA ILMIAH

PERSETUJUAN PEMBIMBING DIPERSYARATKAN UNTUK SEMINAR PROPOSAL KARYA ILMIAH

Mengetahui,

Koordinator Program Studi D3 Manajemen Pemasaran

Dosen Pembimbing



Dra. Sholikhah, M.M.

NIP : 196206231990032001

Dra. Sholikhah, M.M.

NIP : 96206231990032001

23 Desember 2020

23 Desember 2020

Nama : Muhamad Afdhel I.

No. Registrasi : 1702517050

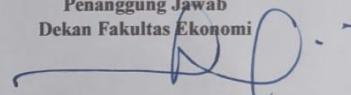
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH

LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd.
NIP. 197207152001121001

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Pengaji			
1	<u>M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A.</u> NIP. 197201252002121002		25 Februari 2021
Pengaji Ahli			
2	<u>Shandy Aditya, BIB, MPBS.</u> NIP. 198404082019031003	 	25 Februari 2021
Dosen Pembimbing			
3	<u>Dra. Solikhah, M.M.</u> NIP. 196206231990032001		25 Februari 2021
Nama : Muhammad Imam Islahudin No. Registrasi : 1702517026 Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran Tanggal Lulus : 19 Februari 2021			

Catatan: - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoin warna biru

LEMBAR ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, Saya :

Nama : Muhammad Imam Islahudin
NIM : 1702517026
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Tahun Ajaran : 2017

Dengan ini menyatakan bahwa isi dari karya ilmiah dengan judul "**Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Realme**" ini adalah benar-benar karya ilmiah Saya sendiri dan Saya tidak melakukan plagiarisme atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam keilmuan.

Atas pernyataan ini, Saya siap menerima tindakan/sanksi yang diajukan kepada Saya apabila kemudian ditemukan pelanggaran atas etika akademik dalam karya ilmiah Saya ini, atau ada klaim terhadap keaslian karya ilmiah Saya.

Jakarta, 1 Februari 2021
Yang Membuat Pernyataan

Muhammad Imam Islahudin
1702517026

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220

Telepon/Faksimili: 021-4894221

Laman: jib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Imam Islahudin
NIM : 1702517026
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi / D3 Manajemen Pemasaran
Alamat email : imamislahudin@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (Karya Ilmiah.....)

yang berjudul :

“Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Realme”

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Februari 2021

Penulis

Muhammad Imam Islahudin

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat ALLAH SWT. Atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan karya ilmiah ini yang berjudul : Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk *Handphone Realme*. Karya ilmiah ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh Gelar Ahli Madya Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Selanjutnya penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
2. Dra. Sholikhah, MM, selaku Dosen Pembimbing Karya Ilmiah sekaligus Koordinator Program Studi DIII Manajamen Pemasaran Universitas Negeri Jakarta.
3. Orang Tua yang sudah senantiasa memberikan doa dan dukungan dalam bentuk apapun baik moral maupun material bagi peneliti

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, sehingga penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan laporan ini.

Jakarta, 22 Oktober 2020

Muhammad Imam Islahudin

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	3
ABSTRACT.....	4
LEMBAR PERSETUJUAN PROPOSAL KARYA ILMIAH	5
LEMBAR PENGESAHAN	6
LEMBAR ORISINALITAS.....	7
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	8
KATA PENGANTAR.....	9
DAFTAR GAMBAR.....	12
DAFTAR TABEL	13
DAFTAR LAMPIRAN.....	14
BAB I.....	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
B. Perumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II	Error! Bookmark not defined.
KAJIAN TEORETIS DAN METODOLOGI.....	Error! Bookmark not defined.
A. Kajian Teoritis.....	Error! Bookmark not defined.
1. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	Error! Bookmark not defined.
2. Keputusan pembelian	Error! Bookmark not defined.
3. Hubungan Bauran Pemasaran dengan Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
4. Penelitian terdahulu	Error! Bookmark not defined.
B. Kerangka Berpikir	Error! Bookmark not defined.
C. Metodologi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III.....	Error! Bookmark not defined.
PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
A. Deskripsi Kasus.....	Error! Bookmark not defined.
B. Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV.....	Error! Bookmark not defined.
KESIMPULAN DAN SARAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
B. Saran	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR PUSTAKA **Error! Bookmark not defined.**

LAMPIRAN **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Pengguna Smartphone di Indonesia .Error! Bookmark not defined.

Gambar 1 2 Produk Unggulan Realme.....Error! Bookmark not defined.

Gambar 1 3 Realme Ramadhan Sales.....Error! Bookmark not defined.

Gambar 1 4 List Harga Produk Realme.....Error! Bookmark not defined.

Gambar 2 1 Kerangka BerfikirError! Bookmark not defined.

Gambar 3 1 Uji Normalitas Probability PlotError! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Top Brand Index Smartphone di Indonesia	Error! Bookmark not defined.
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
Tabel II.2 Operasional Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel III.1 Kriteria Interpretasi Score.....	52
Tabel III.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel III.3 Reliabilitas.....	54
Tabel III.4 Jenis Kelamin.....	55
Tabel III.5 Domisili.....	55
Tabel III.6 Hasil Uji Statistik Variabel Bauran Pemasran.....	56
Tabel III.7 Hasil Uji Statistik Variabel Keputusan Pembelian.....	62
Tabel III.8 Uji Normalitas dengan Metode Kolmogorov-Smirnov.....	69
Tabel III.9 Hasil Uji Linearitas.....	70
Tabel III.10 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	71
Tabel III.11 Model Summary.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....Error! Bookmark not defined.

Lampiran 2 Data Hasil Jawaban Variabel X dan Y.....Error! Bookmark not defined.

Lampiran 3 Seluruh Perhitungan SPSSError! Bookmark not defined.