

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul: “**Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Bongkar Muat PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) di Tanjung Perak, Surabaya**”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan menggunakan Jasa Bongkar Muat PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) di Tanjung Perak.

Penelitian ini menggunakan metode *quantitative* dengan data primer yang diperoleh dengan metode pengumpulan data observasi, kuesioner dan studi kepustakaan dengan menggunakan skala likert dengan jumlah sampel yaitu 50 responden. Metode analisis yang digunakan adalah metode regresi linear berganda (*multi linear regression*) dan metode asumsi klasik yang dianalisa dengan bantuan media pengolahan aplikasi SPSS versi 25.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran yang terdiri atas hanya variabel Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3), Lokasi (X4), Orang (X5), Bukti Fisik (X6), Proses (X7) yang memiliki hubungan positif terhadap keputusan pembelian dimana persamaan regresi  $Y = 17,642 - 0,024 X1 - 0,056 X2 + 0,107 X3 - 0,089 X4 - 0,098 X5 - 0,136 X6 + 0,258 X7 + e$ . Hanya variabel Promosi (X3) dan Proses (X7) yang memiliki hubungan positif terhadap keputusan pembelian. Dari seluruh variabel bebas Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3), Lokasi (X4), Orang (X5), Bukti Fisik (X6), Proses (X7) memiliki pengaruh sebesar 22% terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian, Tanjung Perak dan Pelindo III.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat kesehatan, rahmat serta hidayah-Nya sehingga dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Bongkar Muat PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) di Tanjung Perak, Surabaya” dengan baik. Penulis menyadari tanpa adanya bimbingan dari berbagai pihak, Skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik dan benar. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Nugroho Dwi Priohadi, S.Psi, M.Sc selaku Ketua STIAMAK Barunawati;
2. Bapak Soedarmanto, SE, MM selaku Ketua Program Studi administrasi bisnis yang telah memberikan saran dan arahan dalam penyusunan skripsi ini;
3. Bapak Dr. Bambang Suryantoro, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama proses penulisan skripsi;
4. Bapak Drs. Mudayat, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama proses penulisan skripsi;
5. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam studi hingga dapat terselesaikan dengan baik, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Surabaya, 26 Juli 2019

Penulis,

**Respati Budi Kristyantoro**  
NIM. 15 1031311

## DAFTAR ISI

HAKLAMAM JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Mnfaat Penelitian.....	5

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori.....	6
1. Keputusan Pembelian Konsumen .....	6
2. Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	7
3. Macam-macam Keputusan Pembelian Konsumen .....	10
4. Strategi Pemasaran .....	11
5. Bauran Pemasaran .....	15
6. Faktor Bauran Pemasaran yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	17
7. Penelitian yang Relevan .....	26
B. Kerangka Pemikiran.....	27
C. Hipotesis.....	31

### BAB III METODE PENELITIAN..... 32

A. Objek dan Subjek Penelitian.....	32
B. Definisi Operasional Variabel.....	32
C. Populasi dan Sampel.....	34

D. Jenis dan Sumber Data.....	36
E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
F. Teknik Analisis Data.....	38
1. Uji Validitas.....	38
2. Uji Reliabilitas.....	49
3. Uji Asumsi Klasik.....	40
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	42
5. Uji F (Uji Serempak).....	43
6. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	43
<b>BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
A. Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	44
1. Sejarah Perusahaan.....	44
2. Pelindo III Grup .....	51
3. Struktur Organisasi.....	51
B. Deskripsi Data.....	53
C. Hasil Pengujian dan Kualitas Data	
1. Uji Validitas.....	64
2. Uji Reliabilitas.....	65
3. Uji Asumsi Klasik.....	66
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	70
5. Uji F (Uji Serempak).....	73
6. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	74
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>75</b>
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran.....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>78</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel V.1 Deskripsi Kuesioner Responden.....	51
Tabel V.2 Statistik Deskriptik Jawaban Responden.....	52
Tabel V.3 Variabel Produk.....	53
Tabel V.4 Variabel Harga.....	53
Tabel V.5 Variabel Tempat.....	55
Tabel V.6 Variabel Lokasi.....	56
Tabel V.7 Variabel Orang.....	57
Tabel V.8 Variabel Bukti Fisik.....	58
Tabel V.9 Variabel Proses.....	59
Tabel V.10 Variabel Keputusan Pembelian.....	60
Tabel V.11 Uji Validitas.....	61
Tabel V.12 Uji Reliabilitas.....	63
Tabel V.13 Matriks Korelasi.....	65
Tabel V.14 Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel V.15 Hasil Perhitungan Analisis Regresi Linear Berganda.....	68
Tabel V.16 Uji F.....	71
Tabel V.17 Koefisien Determinasi.....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	27
Gambar V.1 Uji Normalitas .....	64
Gambar V.2 Uji Heteroskedastisitas .....	67