

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA RESTORAN CEPAT SAJI
(STUDI KASUS DI *POPEYE CHICKEN EXPRESS*, SURAKARTA)**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
guna memperoleh derajat Sarjana Peternakan
Di Fakultas Pertanian
Universitas Sebelas Maret**

Program Studi Peternakan



**Disusun Oleh :
NITA PRASETIA
H0511048**

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

*com*2016 *user*

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA RESTORAN CEPAT SAJI
(STUDI KASUS DI *POPEYE CHICKEN EXPRESS*, SURAKARTA)**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
guna memperoleh derajat Sarjana Peternakan
Di Fakultas Pertanian
Universitas Sebelas Maret**

Program Studi Peternakan



**Disusun Oleh :
NITA PRASETIA
H0511048**

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

*com*2016 *user*

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RESTORAN CEPAT SAJI (STUDI KASUS DI POPEYE CHICKEN EXPRESS, SURAKARTA)

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nita Prasetia

H0511048

**Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal : 05 Oktober 2016
dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Susunan Tim Penguji

Ketua



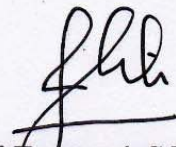
Sutrisno Hadi Purnomo, S.Pt., M.Si. Ph.D.
NIP. 19680505 200604 1 001

Anggota I



Ayu Intan Sari, S.Pt., M.Sc.
NIP. 19821103 200501 2 001

Anggota II

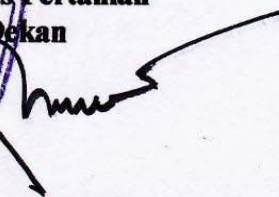


Shanti Emawati, S.Pt., M.P.
NIP. 19800903 200501 2 001

Surakarta, Oktober 2016



**Mengetahui
Universitas Sebelas Maret
Fakultas Pertanian
Dekan**



Prof. Dr. Ir. Bambang Pujiasmanto, M.S.
NIP. 19560225 198601 1 001

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Cepat Saji (Studi Kasus di *Popeye Chicken Express*, Surakarta)**. Tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Peternakan bagi di Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret, serta sebagai salah satu sarana untuk memperdalam pengetahuan yang telah didapatkan di masa kuliah. Selama proses penyelesaian skripsi ini, penulis telah mendapatkan arahan, bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Dekan Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Kepala Program Studi Peternakan Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret.
3. Sutrisno Hadi Purnomo, S.Pt., M.Si., Ph.D., selaku pembimbing utama yang telah memberikan banyak sumbangan pemikiran, pengarahan, bimbingan, motivasi serta dukungan sepenuhnya kepada penulis.
4. Ayu Intan Sari, S.Pt., M.Sc., selaku pembimbing pendamping sekaligus pembimbing akademik yang telah memberikan banyak sumbangan pemikiran, pengarahan, bimbingan, motivasi serta dukungan sepenuhnya kepada penulis.
5. Shanti Emawati, S.Pt., MP., selaku penguji skripsi yang telah memberikan kritik yang membangun dan arahan serta bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Kedua orang tua dan adikku yang telah memberikan doa, motivasi dan dukungan material maupun spiritual sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Pihak manajemen *Popeye Chicken Express outlet* Jl. Hasanudin yang telah memberikan ijin penelitian dan memberikan bantuan selama proses penelitian.

commit to user

8. Seluruh teman-teman Program Studi Peternakan Fakultas Pertanian, terutama angkatan 2011 yang telah memberikan doa, dukungan dan semangat dari awal hingga skripsi selesai.
9. Teman-temanku, baik yang berada di dalam maupun luar kampus Universitas Sebelas Maret yang telah memberikan doa, semangat, dan dukungan material maupun non material dari awal hingga skripsi selesai.
10. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini dan memberi dukungan serta doa demi kelancaran bagi penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi masukan bagi pembaca maupun peneliti yang akan meneliti tentang Bauran Pemasaran.

Surakarta, Oktober 2016

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
RINGKASAN	x
SUMMARY	xii
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Hipotesis	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Pemasaran	6
B. Strategi Pemasaran	6
C. Bauran Pemasaran	8
D. Keputusan Pembelian	15
III. MATERI DAN METODE PENELITIAN	20
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	20
B. Desain Penelitian	20
C. Metode Penentuan Lokasi dan Sampel Penelitian	20
D. Jenis dan Sumber Data	21
E. Metode Pengumpulan Data	22
F. Analisis Data	23
G. Definisi dan Batasan Operasional Variabel Penelitian	33

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	35
A. Gambaran Umum Tempat Penelitian	35
B. Gambaran Pelaksanaan Bauran Pemasaran di <i>Popeye Chicken Express</i>	38
C. Karakteristik Demografi Responden <i>Popeye Chicken Express</i>	47
D. Karakteristik Perilaku Konsumen <i>Popeye Chicken Express</i>	53
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuisisioner	56
F. Uji Normalitas	58
G. Uji Regresi Linier Berganda	59
H. Uji Statistik	61
I. Uji Asumsi Klasik	66
V. SIMPULAN DAN SARAN	69
A. Simpulan	69
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1.	Daftar Menu Paket Makanan di <i>Popeye Chicken Express</i>	39
2.	Daftar Menu Tambahan <i>Popeye Chicken Express</i>	40
3.	Daftar Harga Makanan dan Minuman <i>Popeye Chicken Express</i>	42
4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	49
7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	50
8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/ Uang Saku perbulan.....	51
9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya menjadi Pelanggan.....	52
10.	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian perbulan	53
11.	Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi yang Diperoleh.....	54
12.	Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Membeli	55
13.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Potongan Ayam yang Disukai	56
14.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	57
15.	Hasil Uji Normalitas	58
16.	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	59
17.	Hasil Uji t (parsial).....	62
18.	Hasil Uji Multikolinieritas	65
19.	Hasil Uji Autokorelasi dengan <i>Durbin-Watson</i>	67

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
1.	Tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	17
2.	Struktur Organisasi <i>Popeye Chicken Express outlet</i> Jl. Hasanudin	37
3.	<i>Scatterplot</i> Hasil Uji Heteroskedastisitas	67



commit to user

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian.....	76
2.	Data Responden <i>Popeye Chicken Express</i>	82
3.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Produk	88
4.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Harga	89
5.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Promosi	90
6.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Tempat.....	91
7.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Orang.....	92
8.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Proses	93
9.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Bukti Fisik.....	94
10.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	95
11.	Hasil Uji Normalitas	97
12.	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	98
13.	Hasil Uji Asumsi Klasik	99

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA RESTORAN CEPAT SAJI
(STUDI KASUS DI *POPEYE CHICKEN EXPRESS*, SURAKARTA)**

Oleh :

**NITA PRASETIA
H 0511048**

RINGKASAN

Berkembangnya usaha rumah makan maupun restoran terutama restoran cepat saji banyak dijumpai di Kota Surakarta. Mulai dari yang bermerek lokal hingga internasional, menyebabkan setiap usaha bersaing memperebutkan konsumen demi mendapatkan keuntungan. Beberapa restoran cepat saji yang berskala internasional seperti KFC, A&W, dan *Mc.Donalds*, maupun yang lokal seperti *Popeye Chicken Express*, *Olive Fried Chicken*, dan *Rocket Chicken*. Banyaknya restoran cepat saji lokal membuat *Popeye Chicken Express* berusaha meningkatkan kualitas produk dan pelayanan kepada konsumen agar konsumen memilih untuk membeli di *Popeye Chicken Express* dan merasa puas.

Kebiasaan masyarakat saat ini seperti makan di luar rumah, baik makan pagi, siang maupun malam, juga mengakibatkan perubahan gaya hidup dan perubahan waktu jam kerja. Perlu strategi yang tepat dalam menjalankan usaha tersebut sehingga mendapatkan banyak konsumen. Salah satu strategi pemasaran yang digunakan adalah bauran pemasaran yang meliputi 7P, yaitu produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, dan bukti fisik.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran pelaksanaan bauran pemasaran serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen di Restoran Cepat saji. Penelitian ini dilaksanakan dari tanggal 5 Januari sampai dengan 26 Februari 2016 pada salah satu *outlet Popeye Chicken Express* yang berada di Jalan Hasanudin No.94 A, Punggawan, Banjarsari, Surakarta. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja, sedangkan penentuan sampel secara *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 80 orang.

Metode yang digunakan adalah survei, yang terdiri dari tahap prasurvei dan survei. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Variabel yang dianalisis antara lain variabel bebas, yaitu bauran pemasaran yang terdiri dari produk (X_1), harga (X_2), promosi (X_3), tempat (X_4), orang (X_5), proses (X_6), dan bukti fisik (X_7) dan variabel terikat, yaitu keputusan pembelian (Y). Analisis data yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian, yaitu menggunakan uji kuisioner (validitas dan reliabilitas) dan normalitas serta analisis regresi linier berganda yang dilanjutkan dengan uji determinasi (R^2), uji F, uji t, dan uji asumsi klasik.

Uji kuisioner menunjukkan hasil yang valid dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,217) dan reliabel dimana nilai *Cronbach α* $> 0,6$. Uji normalitas yang dilakukan dengan *Kolmogorov-smirnov* menunjukkan data berdistribusi normal dan nilai signifikan $> 0,05$. Persamaan regresi pada uji regresi linier berganda, yaitu $Y = 3,006 + 0,164X_1 + 0,119X_2 + 0,214X_3 + 0,495X_4 + (-0,167)X_5 + 0,569X_6 + 0,151X_7$ dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,655, artinya variabel dependen (keputusan pembelian) dipengaruhi oleh variabel independen (bauran pemasaran) sebesar 65,5%. Uji F ditunjukkan dengan nilai F_{hitung} (19,512) $> F_{tabel}$ (2,130), artinya variabel bebas (bauran pemasaran) secara simultan mempengaruhi variabel terikat (keputusan pembelian). Uji t menunjukkan nilai t_{hitung} pada variabel tempat (X_4) dan proses (X_6) lebih besar dari nilai t_{tabel} (1,669), sehingga berpengaruh signifikan, sedangkan produk (X_1), harga (X_2), promosi (X_3), orang (X_5) dan proses (X_7) tidak memberikan pengaruh yang signifikan.

Simpulan dari penelitian ini adalah bauran pemasaran secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *Popeye Chicken Express*. Bauran pemasaran yang terdiri dari variabel tempat dan proses secara parsial memberi pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, sedangkan variabel produk, harga, promosi, orang, dan bukti fisik tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial.

Kata Kunci: restoran cepat saji, *Popeye Chicken Express*, bauran pemasaran, keputusan pembelian.

**THE INFLUENCE OF MARKETING MIX ON PURCHASING DECISION
OF FASTFOOD RESTAURANT
(CASE STUDY AT POPEYE CHICKEN EXPRESS, SURAKARTA)**

By:

**NITA PRASETIA
H0511048**

SUMMARY

The development of café and restaurant especially fastfood restaurant is often found at Surakarta City. Starting from local to international brand, cause every effort to compete for the consumer to have the advantage. Several fast food restaurants international scale such as KFC, A&W, and Mc.Donalds, as well as local ones like Popeye Chicken Express, Olive Fried Chicken, Chicken Rocket, and others. The number of local fast food restaurants make Popeye Chicken Express seeks to improve the quality of products and services to consumers so that consumers choose to buy at Popeye Chicken Express and satisfied.

The habit of people's currently such as eating outside the home, as for breakfast, lunch and dinner, also resulted in a change in lifestyle and time changed on working hours. It takes the right strategy on implementation of the business so it gets a lot of consumers. The one of marketing strategy that's used is the marketing mix including 7P, the product, price, promotion, place, people, process, and physical evidence.

The purpose of this research is to describe the implementation of the marketing mix and it's influence on consumer purchasing decisions in fastfood restaurant. The research was conducted from 5 January until to 26 February 2016 in one of Popeye's Chicken Express outlet at Jalan Hasanuddin 94 A, Punggawan, Banjarsari, Surakarta. The location determination is purposive, while sampling by purposive sampling with the number of respondents as many as 80 people.

The method used was a survey, which consist of presurveys and surveys. The data used are primary data and secondary data. Variables analyzed include

independent variables, namely the marketing mix consisting of product (X_1), price (X_2), promotion (X_3), place (X_4), people (X_5), process (X_6), and the physical evidence (X_7) and dependent variabel, namely the purchase decision (Y). Data analysis was conducted to determine the influence of marketing mix on purchasing decisions, which uses a questionnaire test (validity and reliability) and normality and multiple linear regression analysis followed by a test of determination (R^2), F test, t test, and classical assumption.

Test results show valid questionnaires with F_{count} values $> F_{table}$ (0,217) and reliably where the value of Cronbach $\alpha > 0,6$. Normality test conducted by Kolmogorov-Smirnov showed normal distribution of data and significant values $> 0,05$. The regression equation in multiple linear regression is $Y = 3,006 + 0,164X_1 + 0,119X_2 + 0,214X_3 + 0,495X_4 + (-0,167)X_5 + 0,569X_6 + 0,151X_7$ with coefficient of determination (R^2) of 0,655, meaning that the dependent variable (purchase decisions) is influence by independent variables (the marketing mix) at 65,5%. F test indicated by the value of F_{count} (19,512) $> F_{table}$ (2,130), meaning that the independent variable (the marketing mix) simultaneously influence the dependent variable (purchase decisions). T test showed t_{count} at variable place (X_4) and process (X_6) is greater than the value t_{tabel} (1,669), so have a significant influence, while the product (X_1), price (X_2), promotion (X_3), people (X_5) and physical evidence (X_7) do not have a significant influence.

The conclusion of this research is marketing mix simultaneously influence to the purchase decisions in Popeye Chicken Express. Marketing mix consisting of place and the process has a significant effect on consumer purchasing decisions, while variable product, price, promotion, people, and the physical evidence do not have a significant effect partially.

Keyword: fastfood restaurant, Popeye Chicken Express, marketing mix, purchasing decision.