

SKRIPSI

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN *BRAND* RA BY RESTU ANGGRAINI**



**LULU KURNIA IMANINGSIH**

**5525164937**

**PROGRAM STUDI  
PENDIDIKAN TATA BUSANA  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2021**

## LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian  
Konsumen *Brand* RA By Restu Anggraini  
Penyusun : Lulu Kurnia Imaningsih  
NIM : 5525164937  
Tanggal Ujian : 3 Agustus 2021

### Disetujui Oleh :

Pembimbing I



Dra. Suryawati, M.Si

NIP 196310291988032001

Pembimbing II



Dra. Harsuyanti, R. Lubis, M.Hum

NIP. 195802091982102001

Mengetahui

Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Busana



Dr. Wesnina, M.Sn

NIP. 19640424988112001

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian  
Konsumen *Brand* RA By Restu Anggraini  
Penyusun : Lulu Kurnia Imaningsih  
NIM : 5525164937  
Tanggal Ujian :

### Disetujui Oleh :

Pembimbing I



Dra. Suryawati, M.Si  
NIP 196310291988032001

Pembimbing II



Dra. Harsuyanti, R. Lubis, M.Hum  
NIP. 195802091982102001

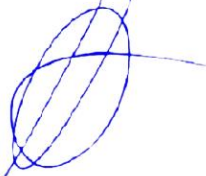
### Pengesahan Panitia Ujian Skripsi

Ketua Penguji,



Dra. Eneng Luthfia Zahra, M.Pd  
NIP. 196403251989032003

Anggota Penguji I,



Dr. Dewi Suliyanthini, M.M  
NIP. 197110301999032002

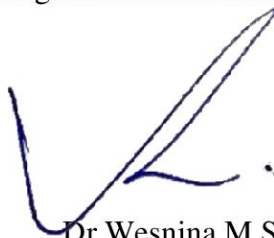
Anggota Penguji II,



Dra. Melly Prabawati, M.Pd  
NIP. 196305211988032002

Mengetahui

Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Busana



Dr. Wesnina, M.Sn  
NIP. 19640424988112001

## LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini Saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan dan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini Saya buat dengan sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka Saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 2 Agustus 2021  
Yang Membuat Pernyataan



Lulu Kurnia Imaningsih  
No. Reg 5525164937



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.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 : Lulu Kurnia Imaningsih  
NIM : 5525164937  
Fakultas/Prodi : Teknik/ Pendidikan Tata Busana  
Alamat email : aliya25likha@gmail.com

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

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

yang berjudul :

Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Brand RA By Restu Anggraini

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif 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, 30 Agustus 2021

Penulis

(Lulu Kurnia Imaningsih)  
nama dan tanda tangan

## KATA PENGANTAR

*Assalamu 'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh,*

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang judul Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Brand RA* By Restu Anggraini dengan baik. Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Pendidikan pada Prodi Pendidikan Tata Busana, Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta.

Dengan terwujudnya skripsi ini yang tak lepas dari bantuan banyak pihak, untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua yang telah memberikan dukungan moril maupun materil, serta do'a yang tiada henti kepada penulis
2. Dr. Uswatun Hasanah, M.Si selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Wesnina, M.Sn selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Busana, Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta
4. Ernita Maulida, P.hD selaku Dosen Pembimbing 1 Pembimbing Materi, yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan serta sarannya dengan sabar dan ikhlas sejak awal pembuatan hingga pertengahan pembuatan skripsi.
5. Dra. Suryawati, M.Si selaku Dosen Pengganti Pembimbing 1 Pembimbing Materi dan Akademi, yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan serta sarannya dengan sabar dan ikhlas dalam proses pembuatan hingga selesainya skripsi ini.
6. Dra. Harsuyanti Rawiyah Lubis M.Hum selaku Dosen Pembimbing 2, Pembimbing Metodologi Penelitian, yang juga telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan serta sarannya dengan sabar dan ikhlas sejak awal pembuatan hingga selesainya skripsi ini
7. Seluruh Dosen Program Studi Vokasional Desain Fashion, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta

8. Kak Restu Anggraini, selaku *creative director* PT. Efashion Texmoda Utama yang telah mengizinkan penulis melakukan penelian terhadap *brand* RA
9. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikirannya untuk mengisi kuisisioner penelitian penulis.
10. Seluruh staf TU Program Studi Tata Busana yang telah banyak membantu dalam memperlancar proses penulisan skripsi ini.
11. Seliana, teman sekamar, teman berbagi keluh kesah, teman diskusi skripsi, terimakasih telah banyak memberikan masukan positif dan semangat dalam proses penyusunan skripsi ini.
12. Astri, Ega, Atika, Mita, Marya dan Diki, sahabatku terimakasih telah banyak memberikan masukan positif dan semangat dalam proses penyusunan skripsi ini.
13. Teman-teman program studi Pendidikan Tata Busana 2016 yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
14. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dalam segi bahasa maupun pembahasannya, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Jakarta, 2 Agustus 2021  
Penyusun,

(Lulu Kurnia Imaningsih)

## ABSTRAK

Lulu Kurnia Imaningsih. 5525164937. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Brand RA By Restu Anggraini*”. Skripsi, Jakarta : Program Studi Pendidikan Tata Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, promosi dan tempat/saluran distribusi secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian konsumen *brand RA by Restu Anggraini*. Metode penelitian ini menggunakan metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini berjumlah 95 responden, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan google formulir. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa: (1) produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan t hitung sebesar 2,386 dan nilai signifikansi sebesar 0,019; (2) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan t hitung sebesar 5,194 dan nilai signifikansi sebesar 0,000; (3) promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan t hitung sebesar 0,245 dan nilai signifikansi sebesar 0,0807; (4) tempat/saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan t hitung sebesar 2,245 dan nilai signifikansi sebesar 0,0207. Bauran pemasaran secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan f hitung sebesar 129,281 dan signifikansi sebesar 0,000. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,582, bahwa 58,2% keputusan pembelian konsumen *brand RA by Restu Anggraini* dipengaruhi oleh variabel bauran pemasaran sedangkan sisanya 41,8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

Kata kunci : bauran pemasaran, keputusan pembelian konsumen



## ABSTRACT

Lulu Kurnia Imaningsih. 5525164937. "The Effect of Marketing Mix on Consumer Purchase Decisions for Brand RA By Restu Anggraini". Thesis, Jakarta : Fashion Design Education Study Program, Faculty of Engineering, Jakarta State University

This research aims to determine the effect of the marketing mix which includes 4P(product, price, promotion and place/distribution channel) simultaneously and partially on consumer purchasing decisions RA by Restu Anggraini brand products. This research method uses a survey method with a quantitative approach. The sample of this research amounted to 95 respondents, data collection was carried out using google formulir. The data analysis method used is regression analysis. The results of data analysis show that: (1) the product has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions with a t count of 2.386 and a significance value of 0.019; (2) price has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions with a t count of 5.194 and a significance value of 0.000; (3) promotion has no significant effect on consumer purchasing decisions with t count of 0.245 and a significance value of 0.0807; (4) place/channel of distribution has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions with t count of 2.245 and a significance value of 0.0207. The marketing mix simultaneously has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions with an f count of 129,281 and a significance of 0.000. The coefficient of determination (R<sup>2</sup>) of 0.582 means that 58,2% of consumer purchasing decisions for the RA by Restu Anggraini brand are influenced by marketing mix, while the remaining 41,8% is influenced by other factors outside the research.

**Keywords:** marketing mix, consumer purchasing decisions

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI .....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
LEMBAR ORISINALITAS.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Pembatasan Masalah .....	5
1.4 Rumusan Masalah .....	6
1.5 Kegunaan Hasil Penelitian .....	6
BAB II .....	8
KAJIAN TEORITIK .....	8
2.1 Deskripsi Konseptual.....	8
2.1.1 Strategi Pemasaran .....	8
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	10
2.1.3 Deskripsi <i>Brand RA By Restu Anggraini</i> .....	19
2.1.4 Keputusan Pembelian Konsumen.....	25
2.2 Hasil Penelitian Relevan .....	32
2.3 Kerangka Teoritik .....	35
2.4 Hipotesis Penelitian.....	37
BAB III.....	38
METODOLOGI PENELITIAN .....	38

3.1	Tujuan Penelitian.....	38
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian.....	38
3.3	Metode Penelitian .....	38
3.4	Populasi dan Sampel.....	38
3.4.1	Populasi .....	38
3.4.2	Sampel .....	39
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.5.1	Instrumen Variabel Terikat.....	40
3.5.2	Instrumen Variabel Bebas .....	44
3.6	Teknik Analisis Data.....	49
3.6.1	Uji Prasyarat Analisis .....	50
3.6.2	Teknik Analisis Data .....	50
3.7	Hipotesis Statistika .....	52
<b>BAB IV .....</b>		<b>53</b>
<b>PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>53</b>
4.1	Deskripsi Data.....	53
4.1.1	Gambaran Umum Responden .....	53
4.2	Pengujian Prasyaratan Analisis Data.....	56
4.3.1	Uji Normalitas Residual.....	56
4.3.1	Uji Linieritas .....	57
4.3	Data Hasil Penelitian .....	57
4.3.1	Data Hasil Penelitian Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y) 57	
4.3.2	Data Hasil Penelitian Variabel Bauran Pemasaran (X).....	63
4.4	Hasil Analisis Data.....	77
4.3.1	Uji T.....	77
4.3.2	Uji F.....	78
4.3.3	Regresi Linier Sederhana.....	79
4.3.4	Koefisien Determinasi .....	80
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian .....	81
4.1	Keterbatasan Penelitian.....	87
<b>BAB V.....</b>		<b>88</b>
<b>KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN .....</b>		<b>88</b>

<b>2.5</b>	<b>Kesimpulan</b> .....	88
<b>2.6</b>	<b>Implikasi</b> .....	89
<b>2.7</b>	<b>Saran</b> .....	89
DAFTAR PUSTAKA .....		90
LAMPIRAN .....		93



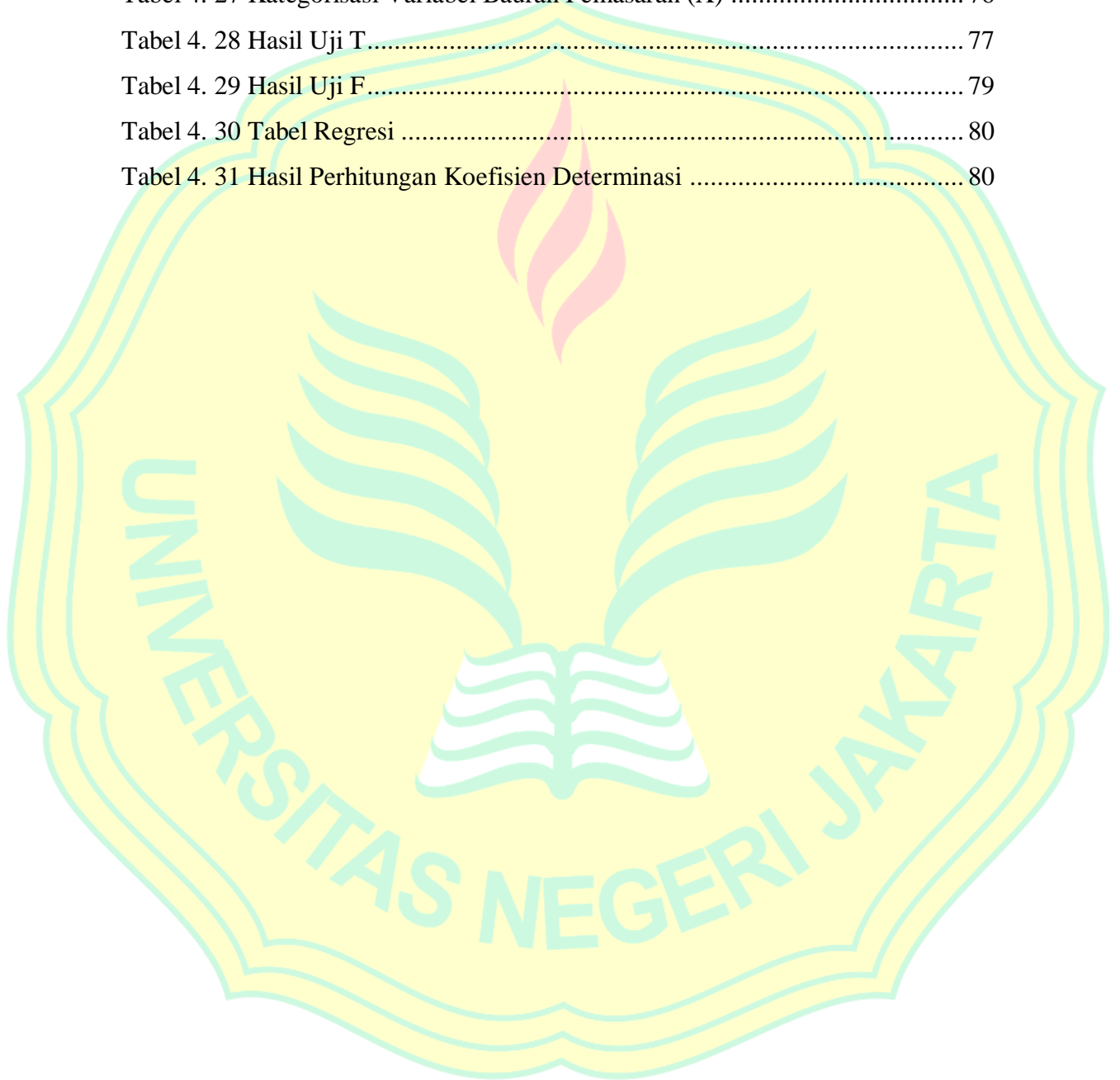
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Halaman <i>Website</i> Restu Anggraini.....	3
Gambar 1. 2 <i>Official Account</i> Instagram RA by Restu Anggraini (@ra_info).....	3
Gambar 1. 3 <i>brand Wearing</i> Klamby dan Ria Miranda.....	4
Gambar 2. 1 Logo PT. Efashion Texmoda Utama.....	19
Gambar 2. 2 Koleksi <i>Brand</i> RA By Restu Anggraini.....	21
Gambar 2. 3 Produk Dan Harga Pada Kategori <i>Apparel Brand</i> RA by Restu Anggraini.....	23
Gambar 2. 4 Produk dan Harga pada Kategori <i>Scarf Brand</i> RA by Restu Anggraini.....	24
Gambar 2. 5 Produk dan Harga Pada Kategori <i>Brooch Brand</i> RA by Restu Anggraini.....	24
Gambar 2. 6 Promosi <i>Brand</i> RA by Restu Anggraini .....	25
Gambar 2. 7 Kerangka Teoritik.....	37

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Kisi-Kisi Instrument Penelitian Variabel Terikat .....	40
Tabel 3. 2 Skor Alternatif Jawaban Instrumen Variabel Terikat.....	41
Tabel 3. 4 Interpretasi r .....	43
Tabel 3. 6 Kisi-Kisi Instrument Penelitian Variabel.....	45
Tabel 3. 7 Skor Alternatif Jawaban Instrumen Variabel Bebas .....	46
Tabel 3. 12 Tabel Interpretasi r .....	48
Tabel 4. 1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4. 2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia .....	54
Tabel 4. 3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan untuk Membeli Produk Fashion .....	55
Tabel 4. 4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk Busana Brand RA By Restu Anggraini .....	55
Tabel 4. 5 Hasil Perhitungan Uji Normalitas One Sample Kolmogorov - Smirnov .....	56
Tabel 4. 6 Hasil Uji Linieritas X dan Y .....	57
Tabel 4. 7 Kategorisasi Indikator Pengenalan Kebutuhan .....	58
Tabel 4. 8 Kategorisasi Indikator Pencarian Informasi .....	59
Tabel 4. 9 Kategorisasi Indikator Evaluasi Alternatif .....	59
Tabel 4. 10 Kategorisasi Indikator Keputusan Pembelian .....	60
Tabel 4. 11 Kategorisasi Indikator Perilaku Pasca Pembelian .....	61
Tabel 4. 12 Kategorisasi Sub Indikator Kualitas Produk.....	64
Tabel 4. 13 Kategorisasi Sub Indikator Desain Produk .....	65
Tabel 4. 14 Kategorisasi Sub Indikator <i>Packaging</i> Produk .....	65
Tabel 4. 15 Kategorisasi Indikator Produk.....	66
Tabel 4. 16 Kategorisasi Indikator Kesesuaian Harga.....	67
Tabel 4. 17 Kategorisasi Sub Indikator Harga Terjangkau .....	68
Tabel 4. 18 Kategorisasi Indikator Harga .....	68
Tabel 4. 19 Kategorisasi Sub Indikator Potongan Harga.....	69
Tabel 4. 20 Kategorisasi Sub Indikator Pemberian Bonus .....	70
Tabel 4. 21 Kategorisasi Sub Indikator Iklan.....	71
Tabel 4. 22 Kategorisasi Indikator Promosi.....	72

Tabel 4. 23 Kategorisasi Sub Indikator Kemudahan Menemukan Produk.....	73
Tabel 4. 24 Kategorisasi Sub Indikator Distribusi Melalui Internet.....	74
Tabel 4. 25 Kategorisasi Indikator Lokasi Strategis.....	75
Tabel 4. 26 Kategorisasi Indikator Tempat/Saluran Distribusi.....	76
Tabel 4. 27 Kategorisasi Variabel Bauran Pemasaran (X) .....	76
Tabel 4. 28 Hasil Uji T.....	77
Tabel 4. 29 Hasil Uji F.....	79
Tabel 4. 30 Tabel Regresi .....	80
Tabel 4. 31 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi .....	80



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pernyataan Uji Validitas Dosen Ahli .....	94
Lampiran 2 Tabulasi Data .....	96
Lampiran 3 Instrumen Penelitian.....	104
Lampiran 4 Data Responden .....	109
Lampiran 5 Validitas dan Reliabilitas.....	111
Lampiran 6 r Tabel .....	123
Lampiran 7 Data Hasil Penelitian (Data Peritem Soal Variabel Terikat dan Variabel Bebas) .....	124
Lampiran 8 Data Hasil Penelitian (Data Indikator Variabel Terikat dan Variabel Bebas).....	135
Lampiran 9 Data Sub Indikator Variabel Bebas.....	138
Lampiran 10 Data Hasil Penelitian (Data Variabel Terikat dan Variabel Bebas) .....	141
Lampiran 11 Hasil Uji Prasyarat Analisis (Normalitas dan Linieritas) .....	142
Lampiran 12 Hasil Analisis Data (Uji T) .....	143
Lampiran 13 T Tabel .....	144
Lampiran 14 Hasil Analisis Data (Uji F) .....	145
Lampiran 15 F Tabel.....	146