

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P
(PRODUCT, PRICE, PROMOTION, PLACE, PEOPLE,
PROCESS AND PHYSICAL ENVIDENCE) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN GRAB-FOOD DI JAKARTA SELATAN)**

TUGAS AKHIR



NICKA AULIA PUTRI

1161001046

**PROGRAM SARJANA STRATA 1
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2020**

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P
(PRODUCT, PRICE, PROMOTION, PLACE, PEOPLE,
PROCESS AND PHYSICAL ENVIDENCE) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN GRAB-FOOD DI JAKARTA SELATAN)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen,
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**



NICKA AULIA PUTRI

1161001046

**PROGRAM SARJANA STRATA 1
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2020**

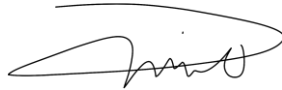
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Nicka Aulia Putri

NIM : 1161001046

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nicka', with a long horizontal stroke extending to the right.

Tanggal : 28 Agustus 2020

HALAMAN PENGESAHAN


Tugas Akhir ini diajukan oleh


Nama : Nicka Aulia Putri
NIM : 1161001046
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Bauran Pemasaran 7p (Product, Price, Promotion, Place, People, Process and Physical Evidence) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Grab-Food Di Jakarta Selatan)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Aurino Rilman Adam Djamaris, Ir., M.M. ()

Penguji I : Suwandi, SE, M.Si, Dr. ()

Penguji II : Deddy Herdiansjah, Ir., M.Sc., Ph.D. ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 28 Agustus 2020

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan anugerah yang telah diberikan kepada peneliti selama melaksanakan tugas akhir ini. Hingga akhirnya peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya. Tugas akhir ini ditulis untuk memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Dan pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Pak Aurino Djamaris selaku dosen pembimbing yang selalu sabar memberikan semangat, masukan dan motivasi kepada peneliti untuk dapat menyelesaikan tugas akhir tepat pada waktunya.
2. Pak Suwandi selaku pembahas seminar proposal yang senantiasa memberikan saran dan masukannya kepada peneliti.
3. Pak Deddy Herdiansjah Selaku Pembahas Tugas Akhir yang senantiasa memberikan saran dan masukannya kepada penulis.
4. Bapak Slamet Riyanto dan Ibu Mukminatun sebagai kedua orang tua Penulis, Nicky Rizkia S.T dan Nicko Andriana A.Md sebagai kakak kandung dari Penulis, Hamiz Alfarizki sebagai keponakan dari penulis dan juga kepada keluarga besar Penulis. Terima kasih atas segala motivasi, masukan, dan bantuan baik moril maupun finansial hingga akhirnya peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu.
5. Dosen-Dosen Manajemen yang sudah memberikan Ilmu yang sangat bermanfaat untuk penulis selama Kuliah di Universitas Bakrie
6. Retisa, Astari, Viva, Lala, dan Lulu Yang sudah menemani penulis selama kuliah di universitas bakrie dan memberikan motivasi dan bertukar pikiran saat menyelesaikan tugas akhir.
7. Dita, Yola dan Dea yang selalu menyemangati penulis dalam menulis tugas akhir ini
8. Nure, Nataya, Isabel, Bela Dea yang selalu menyemangati penulis dalam menulis tugas akhir ini
9. Fitriani, Keke, Reyner dan Astari Dea yang selalu menyemangati penulis dalam menulis tugas akhir ini

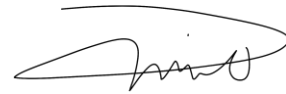
10. Anak anak manajemen 2016 Universitas Bakrie yang tidak dapat peneliti sebutkan namanya satu persatu. Terima kasih atas tahun-tahun kebersamaan yang tidak terlupakan serta perjuangan bersama dalam mengerjakan tugas akhir ini.

11. Dan tentu saja masih banyak pihak lain yang turut membantu dalam pelaksanaan tugas akhir ini, namun mohon maaf karena tak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, Penulis menerima segala kritik dan saran yang membangun dari pihak pembaca. Diharapkan kritik dan saran tersebut dapat menunjang pengembangan dan perbaikan peneliti selanjutnya.

Akhir kata, penulis mohon maaf atas kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat berguna untuk menambah ilmu dan wawasan bagi pembacanya.

Jakarta, 28 Agustus 2020



Nicka Aulia Putri

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nicka Aulia Putri
NIM : 1161001046
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7p (Product, Price, Promotion, Place, People, Process and Physical Evidence) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Grab-Food Di Jakarta Selatan)

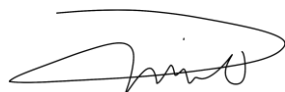
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 28 Agustus 2020

Yang menyatakan



Nicka Aulia Putri

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P
(PRODUCT, PRICE, PROMOTION, PLACE, PEOPLE,
PROCESS AND PHYSICAL EVIDENCE) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(STUDI KASUS PADA KONSUMEN GRAB-FOOD DI JAKARTA SELATAN)

NICKA AULIA PUTRI

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Bauran Pemasaran 7P (Product, Price, Promotion, Place, People, Process and Physical Evidence) Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Grab Food Di Jakarta Selatan. Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara online melalui Qualtrics. Penelitian ini adalah penelitian Kuantitatif dengan menggunakan Metode analisis deksriptif dan metode analisis regresi linear berganda. Jenis penelitian ini adalah penelitian Asosiatif, Dan data yang digunakan adalah data primer. Skala dalam penelitian ini menggunakan skala interval dengan teknik semantic diffrential. Data diolah secara statistik dengan program SPSS 24 for windows. Hasil penelitian uji t, uji f dan koefisien determinan, Menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh Positif dan Signifikan antara variabel Product (X1), Price (X2), Promotion (X3), People (X5), Process (X6) terhadap Keputusan Pembelian Makanan di Aplikasi Grab Food. Nilai adjust R square sebesar 0,785. Hal ini berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat adalah sebesar 79,1% sisanya 20,9 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak di bahas dalam penelitian ini

Kata Kunci : Bauran Pemasaran 7P, Keputusan Pembelian

**ANALYSIS OF THE EFFECT OF 7P MARKETING MIX
(PRODUCT, PRICE, PROMOTION, PLACE, PEOPLE,
PROCESS AND PHYSICAL ENVIRONMENT) ON PURCHASE
DECISION
(CASE STUDY ON GRAB-FOOD CONSUMERS IN JAKARTA SELATAN)**

NICKA AULIA PUTRI

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of the 7P Marketing Mix (Product, Price, Promotion, Place, People, Process and Physical Evidence) on Purchasing Decisions on Grab Food Consumers in South Jakarta. This research was conducted by distributing questionnaires online through Qualtrics. This research is a quantitative study using descriptive analysis method and multiple linear regression analysis method. This type of research is associative research, and the data used are primary data. The scale in this study uses an interval scale with differential semantic techniques. The data were processed statistically with the SPSS 24 program for windows. The results of the t test, f test and determinant coefficient showed that there was a positive and significant influence between the variables Product (X1), Price (X2), Promotion (X3), People (X5), Process (X6) on Food Purchase Decisions in the Grab Food Application. The adjust R square value is 0.785. This means that the ability of the independent variables in explaining the dependent variable is 79.1%, the remaining 20.9% is explained by other variables that are not discussed in this study.

Keywords: 7P Marketing Mix, Purchase Decision

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK.. ..	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Peneliti	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Praktisi	8
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Konsep Bauran Pemasaran Jasa	10
2.1.1 Product (Produk)	13
2.1.2 Price (Harga)	15
2.1.3 Promotion (Promosi)	17
2.1.4 Place (Tempat)	19
2.1.5 People (Orang)	21
2.1.6 Process (Proses).....	22
2.1.7 Physical Evidence (<i>Bukti Fisik</i>)	23
2.2 Keputusan Pembelian.....	24
2.2.3 Indikator Keputusan Pembelian	27

2.3	Penelitian Terdahulu	28
2.4	Kerangka Pikiran	35
2.5	Hipotesis Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN		37
3.1	Jenis Penelitian	37
3.2	Definisi Operasional Variabel	37
3.3	Metode Penentuan Sampel	39
3.3.1	Populasi	39
3.3.2	Sampel	39
3.4	Jenis Sumber Data	40
3.5	Teknik Pengumpulan Data	41
3.6	Pengujian Keabsahan Data	42
3.6.1	Uji Validitas	42
3.6.2	Uji Reliabilitas	42
3.7	Pengujian Asumsi Klasik	43
3.8	Teknik Analisis Data	45
3.8.1	Analisis Deskripsi	45
3.8.2	Analisis Regresi Linier Berganda	45
3.8.3	Koefisien Determinasi (R^2)	46
3.9	Pengujian Hipotesis	46
3.9.1	Uji F	46
3.9.2	Uji T	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		48
4.1	Analisis deskriptif	48
4.2	Uji Validitas dan Reliabilita	81
4.2.1	Uji Validitas	81
4.2.2	Uji Reliabilitas	84
4.3	Uji Asumsi Klasik	85
4.3.1	Uji Normalitas	85
4.3.2	Uji Multikolinearitas	87
4.3.3	Uji Heteroskedastisitas	88
4.4	Analisis regresi linier berganda	89

4.5	Pengujian Hipotesis	91
4.5.1	Uji F	91
4.5.2	Uji T	92
4.6	Koefisien Determinasi (R^2)	94
4.7	Pembahasan Penelitian.....	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		101
5.1	Kesimpulan	101
5.2	Saran	103
DAFTAR PUSTAKA		105
Lampiran 1.		110
Lampiran 2.		114
Lampiran 3.		115
Lampiran 4.		116
Lampiran 5.		117
Lampiran 6.		117
Lampiran 7.		118
Lampiran 8.		118
Lampiran 9.		118
Lampiran 10.....		119
Lampiran 11.....		119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Rata-rata metode memesan makanan selama seminggu.....	1
Gambar 2: Logo Aplikasi Grab	2
Gambar 3: Aplikasi Grab Food	3
Gambar 4 Bauran Pemasaran 4P	11
Gambar 5.Bauran Pemasaran 3P	12
Gambar 6. Bauran Pemasaran Jasa 7P	12
Gambar 7.Proses Keputusan Pembelian	25
Gambar 8.Kerangka Pikiran	35
Gambar 9.Skala Semantic Differential	41
Gambar 1 Hasil Uji Normalitas Asumsi Klasik P-Plot.....	86

DAFTAR TABEL

Table 1. Penelitian Terdahulu.....	28
Table 2: Tabel Operasional Penelitian	37
Table 1.Tabulasi Silang dan Uji Chi Square Antara Frekuensi dengan Produk ...	49
Table 2.Tabulasi Silang dan Uji Chi Square Antara Frekuensi dengan Price.....	50
Table 3.Tabulasi Silang dan Uji Chi Square Antara Frekuensi dengan Promotion	51
Table 4.Tabulasi Silang dan Uji Chi Square Antara Frekuensi dengan Place	52
Table 5.Tabulasi Silang dan Uji Chi Square Antara Frekuensi dengan Promotion	53
Table 6.Tabulasi Silang dan Uji Chi Square Antara Frekuensi dengan Process ...	54
Table 7.Tabulasi Silang dan Uji Chi Square Antara Frekuensi dengan Physical Evidence	55
Table 8. Tabulasi Silang dan Uji Chi Square Antara Frekuensi dengan Keputusan Pembelian	56
Table 9. Tabulasi Silang dan Uji Chi Square Antara Jenis Kelamin dengan Produk	57
Table 10.Tabulasi Silang dan Uji Chi Square Antara Jenis Kelamin dengan Price	58
Table 11. Tabulasi Silang dan Uji Chi Square Antara Jenis Kelamin dengan Promotion	59
Table 12. Tabulasi Silang dan Uji Chi Square Antara Jenis Kelamin dengan Place	60
Table 13. Tabulasi Silang dan Uji Chi Square Antara Jenis Kelamin dengan People.....	61
Table 14. Tabulasi Silang dan Uji Chi Square Antara Jenis Kelamin dengan Process	62
Table 15. Tabulasi Silang dan Uji Chi Square Antara Jenis Kelamin dengan Physical Evidence	63
Table 16. Tabulasi Silang dan Uji Chi Square Antara Jenis Kelamin dengan Keputusan Pembelian.....	64
Table 17. Tabulasi Silang dan Uji Chi Square Antara Usia dengan Produk.....	65
Table 18. Tabulasi Silang dan Uji Chi Square Antara Usia dengan Price	66
Table 19. Tabulasi Silang dan Uji Chi Square Antara Usia dengan Promotion....	67
Table 20. Tabulasi Silang dan Uji Chi Square Antara Usia dengan Place	68
Table 21. Tabulasi Silang dan Uji Chi Square Antara Usia dengan People	69
Table 22. Tabulasi Silang dan Uji Chi Square Antara Usia dengan Process	70
Table 23. Tabulasi Silang dan Uji Chi Square Antara Usia dengan Physical Evidence	71

Table 24. Tabulasi Silang dan Uji Chi Square Antara Usia dengan Keputusan Pembelian	72
Table 25. Tabulasi Silang dan Uji Chi Square Antara Pekerjaan dengan Produk .	73
Table 26. Tabulasi Silang dan Uji Chi Square Antara Pekerjaan dengan Price	74
Table 27. Tabulasi Silang dan Uji Chi Square Antara Pekerjaan dengan Promotion	75
Table 28. Tabulasi Silang dan Uji Chi Square Antara Pekerjaan dengan Place	76
Table 29. Tabulasi Silang dan Uji Chi Square Antara Pekerjaan dengan People .	77
Table 30. Tabulasi Silang dan Uji Chi Square Antara Pekerjaan dengan Process	78
Table 31. Tabulasi Silang dan Uji Chi Square Antara Pekerjaan dengan Physical Evidence	79
Table 32. Tabulasi Silang dan Uji Chi Square Antara Pekerjaan dengan Keputusan Pembelian	80
Table 33 Hasil Uji validitas Variabel Penelitian (Uji Coba)	81
Table 34 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian	83
Table 35 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian (Uji Coba)	84
Table 36 Hasil Uji Reliabilitas Variabel	85
Table 37 Hasil Uji Normalitas Asumsi Klasik	86
Table 38 Hasil Uji Multikolinearitas	87
Table 39 Hasil Uji Heteroskedastisitas	88
Table 40 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	89
Table 41 Hasil Uji F	91
Table 42 Hasil Uji T	92
Table 43. Tabel Uji Ulang Uji T	93
Table 45. Hasil Uji R Square	94

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pertanyaan Kuesioner.....	110
Lampiran 2. Hasil Uji Validasi.....	114
Lampiran 3. Hasil Uji Reliabilitas	115
Lampiran 4. Uji Normalitas.....	116
Lampiran 5. Hasil Uji Multikolinearitas	117
Lampiran 6. Uji Heteroskedastisitas	117
Lampiran 7. Uji Regresi Linier Berganda	118
Lampiran 8. Uji F	118
Lampiran 9. Uji T	118
Lampiran 10. Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	119
Lampiran 11. Distribusi Jawaban Pertanyaan	119