

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN 7P YANG MEMPENGARUHI  
PEMBELIAN PADA LAYANAN TRANSPORTASI ONLINE GRAB  
(Studi Kasus pada Mahasiswa-Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Unika Soegijapranata Semarang)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata



KALDEN KURNIAWAN G. G.

16.D1.0041

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

**2020**

# LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN DATA SKRIPSI

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN DATA SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kalden Kurniawan Gunarso Gunawan

NIM : 16.D1.0041

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Analisis Bauran Pemasaran 7P Yang Mempengaruhi Pembelian Pada Layanan Transportasi Online Grab

Alamat Lengkap : Jalan Panggung Mas Raya No. B26, Semarang

Nama Orang Tua : Gunarso Gunawan

Nomor Tel. Ortu : 08122537537

Nomor HP Mahasiswa : 082138042277

Nomor HP Anggota Keluarga terdekat : 081904410208

Dengan ini saya menyatakan bahwa seluruh data yang saya tulis dalam laporan penelitian skripsi saya dengan judul Analisis Bauran Pemasaran 7P Yang Mempengaruhi Pembelian Pada Layanan Transportasi Online Grab merupakan data yang sebenarnya. Apabila suatu saat terbukti bahwa data yang saya cantumkan dalam skripsi adalah data fiktif maka saya bertanggung jawab menerima sanksi dari Universitas Katolik Soegijapranata.

Semarang, 9 Oktober 2020

Hormat Saya,



Kalden Kurniawan

## HALAMAN PENGESAHAN



## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir: : ANALISIS BAURAN PEMASARAN 7P YANG MEMPENGARUHI  
PEMBELIAN PADA LAYANAN TRANSPORTASI ONLINE GRAB (Studi  
Kasus pada Mahasiswa-Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika  
Soegijapranata Semarang)

Diajukan oleh : Kalden Kurniawan Gg.  
NIM : 16.D1.0041  
Tanggal disetujui : 23 Oktober 2020  
Telah setuju oleh  
Pembimbing : Dr. Retno Yustini Wahyuningdyah M.Si.  
Penguji 1 : Drs. A. Sentot Suciarto M.P., Ph.D.  
Penguji 2 : Mg. Westri Kekalih S.S.E., M.E.  
Penguji 3 : Dr. Retno Yustini Wahyuningdyah M.Si.  
Ketua Program Studi : Dr. Widuri Kurniasari S.E., M.Si.  
Dekan : Drs. Theodorus Sudimin M.S.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

[sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi?id=16.D1.0041](http://sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi?id=16.D1.0041)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas seluruh rahmat, nikmat dan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal laporan tugas akhir skripsi dengan judul “Analisis Bauran Pemasaran 7P Yang Mempengaruhi Pembelian Pada Layanan Transportasi Online Grab” dengan baik.

Tujuan dalam penyusunan proposal skripsi ini adalah sebagai kewajiban mahasiswa untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya keikutsertaan dan bimbingan dari berbagai pihak yang mendukung dalam proses penyusunan dan pembuatan tugas akhir skripsi ini tidak dapat selesai dengan baik dan benar. Oleh sebab itu, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan banyak terima kasih atas seluruh keikutsertaan dan bimbingan kepada pihak yang secara langsung maupun tidak langsung dalam proses pembuatan proposal skripsi ini. Maka dari itu penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat, bimbingan dan penyertaan sehingga penelitian dan studi ini dapat diselesaikan.
2. Orang tua dan adik yang telah memberikan fasilitas dan memberikan banyak motivasi.
3. Ibu Dr. Retno Yustini W., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, pikiran, dan tenaga dengan penuh rasa sabar.
4. Bapak Dr. Wijanto H., SE., MT selaku dosen wali yang telah memberikan banyak bantuan dan motivasi.
5. Bapak Dr. Octavianus Digdo Hartomo, SE., MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
6. Sahabat-sahabat yang telah memberikan arahan dan memberikan banyak motivasi.
7. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu tetapi tidak disebutkan satu-persatu.

Semarang, 9 Oktober 2020

Penulis



Kalden Kurniawan

NIM : 16.D1.0041

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Katolik Soegijapranata, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kalden Kurniawan Gunarso Gunawan  
NIM : 16.D1.0041  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Hak Bebas Royalti Non eksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right) atas skripsi yang berjudul:

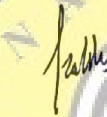
“Analisis Bauran Pemasaran 7P Yang Mempengaruhi Pembelian Pada Layanan Transportasi Online Grab” dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan skripsi di atas dengan mencantumkan nama saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Semarang

Pada Tanggal : 9 Oktober 2020

Yang menyatakan,



Kalden Kurniawan

## ABSTRAK

Oleh:

Kalden Kurniawan

NIM : 16.D1.0041

Program Studi Manajemen

Analisis Bauran Pemasaran 7P Yang Mempengaruhi Pembelian Pada Layanan Transportasi Online Grab (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unika Soegijapranata Semarang)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran 7P yang meliputi *Product, Price, Place, Promotion, Process, Physical Evidence*, dan *People* yang berpengaruh secara parsial dan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk pelayanan transportasi *online* Grab.

Pada penelitian ini menggunakan data primer dengan menggunakan kuesioner dalam mengumpulkan tanggapan responden dan dengan metode *purposive sampling*. Total responden pada penelitian ini berjumlah 97 orang dengan kriteria pernah menggunakan produk pelayanan transportasi *online* Grab sebelum bulan Maret 2020 dan responden merupakan mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIKA Soegijapranata Semarang. Teknik analisis menggunakan analisis regresi linier berganda, uji hipotesis parsial (uji t), uji hipotesis simultan (uji F), dan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bebas yang berpengaruh secara signifikan adalah variabel *people* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pelayanan Grab. Sedangkan, variabel bebas yang terdiri dari produk, harga, promosi, distribusi, proses, dan bukti fisik tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

## ABSTRACT

By:

Kalden Kurniawan

NIM: 16.D1.0041

*Faculty of Management*

*7P Marketing Mix Analysis That Affects Purchasing on Grab Online Transportation Service (Study on Students of the Faculty of Economics and Business Soegijapranata Catholic University)*

*This study aims to determine the effect of the 7P marketing mix which are Product, Price, Place, Promotion, Process, Physical Evidence, and People which affect partially and simultaneously on consumer purchasing decisions on Grab's online transportation service products.*

*In this study using primary data using a questionnaire in collecting respondents' responses and by using purposive sampling method. The total number of respondents in this study was 97 people with the criteria of having used Grab online transportation service products before March 2020 and the respondents were students of the Faculty of Economics and Business, Soegijapranata Catholic University Semarang. The analysis technique uses multiple linear regression analysis, partial hypothesis testing (t test), simultaneous hypothesis testing (F test), and the coefficient of determination ( $R^2$ ).*

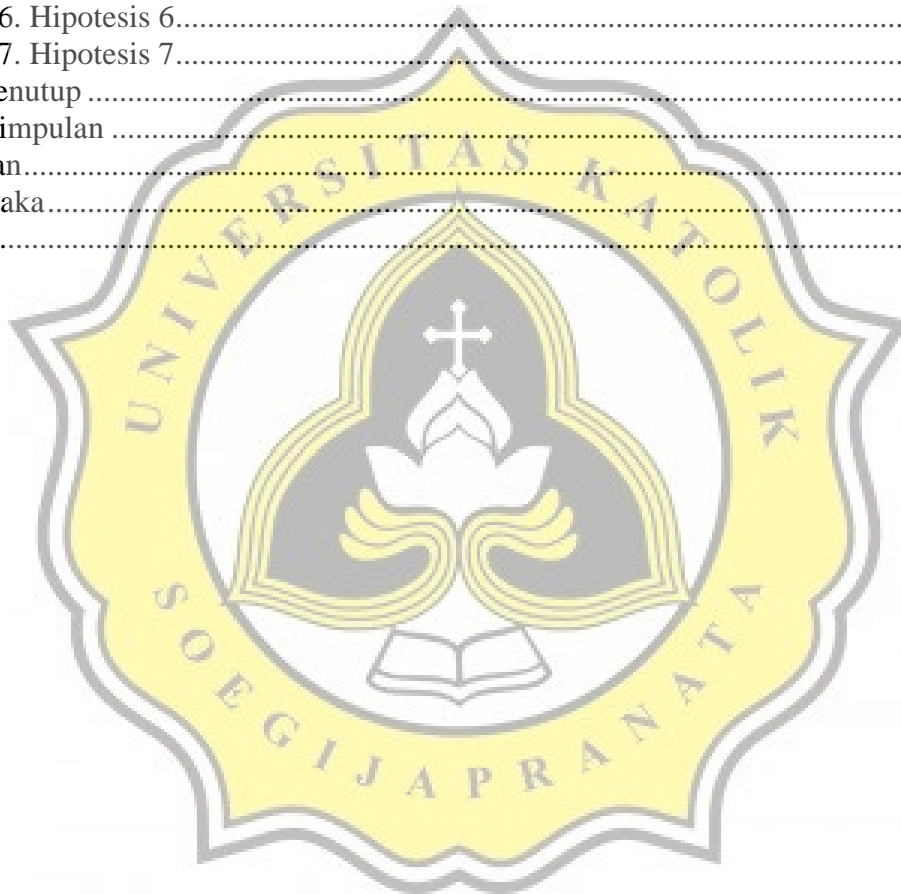
*This study shows that the independent variable that has a significant effect is the people variable that affects purchasing decisions at Grab services. Meanwhile, the independent variables consisting of product, price, promotion, distribution, process, and physical evidence do not have a significant effect on purchasing decisions.*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I : Pendahuluan .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	4
BAB II : Landasan Teori.....	4
2.1. Landasan Teoritis .....	6
2.1.1. Proses Keputusan Pembelian .....	6
2.1.2. Kepuasan dan Ketidakpuasan .....	9
2.1.3. Kualitas Layanan.....	10
2.1.4. Bauran Pemasaran.....	11
2.2. Penelitian Terdahulu .....	13
2.3. Kerangka Pikir Penelitian .....	16
2.4. Definisi Operasional Variabel.....	18
BAB III : Metodologi Penelitian.....	21
3.1. Obyek dan Lokasi Penelitian .....	21
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	21
3.3. Metode Pengumpulan Data .....	22
3.3.1. Jenis dan Sumber Data .....	22
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.3.3. Uji Validitas .....	23
3.3.4. Uji Reliabilitas .....	25
3.4. Alat Analisis Data .....	26
3.4.1. Analisis Deskriptif .....	26
3.4.2. Analisis Regresi Linier Berganda .....	27
3.4.2. Uji Hipotesis.....	27
Bab IV : Analisis dan Pembahasan.....	30
4.1 Gambaran Umum Responden .....	30
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	30
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	31
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pemasukan Responden .....	31
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan pengeluaran Responden.....	32
4.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan .....	33
4.1.6. Deskripsi Variabel Produk Pada Pelayanan Grab.....	34
4.1.7. Deskripsi Variabel Harga Pada Pelayanan Grab.....	34
4.1.8. Deskripsi Variabel Promosi Pada Pelayanan Grab .....	35
4.1.9. Deskripsi Variabel Distribusi Pada Pelayanan Grab.....	36
4.1.10. Deskripsi Variabel Proses Pada Pelayanan Grab.....	37



4.1.11. Deskripsi Variabel <i>People</i> Pada Pelayanan Grab .....	37
4.1.12. Deskripsi Variabel Bukti Fisik Pada Pelayanan Grab.....	38
4.1.13. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian Pada Pelayanan Grab .....	39
4.2 Hasil Pengujian Hipotesis .....	40
4.2.1. Analisis Regresi Linier Berganda .....	40
4.2.2. Uji F .....	43
4.2.3. Koefisien Determinasi.....	44
4.2. Pembahasan Hasil Penelitian .....	44
4.3.1. Hipotesis 1.....	45
4.3.2. Hipotesis 2.....	45
4.3.3. Hipotesis 3.....	46
4.3.4. Hipotesis 4.....	46
4.3.5. Hipotesis 5.....	47
4.3.6. Hipotesis 6.....	48
4.3.7. Hipotesis 7.....	49
BAB V : Penutup .....	51
5.1. Kesimpulan .....	51
5.2. Saran.....	53
Daftar Pustaka.....	54
Lampiran.....	58



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Definisi Operasional Variabel .....	19
Tabel 3.1 Validitas Produk (X1) .....	23
Tabel 3.2 Validitas Harga (X2).....	23
Tabel 3.3 Validitas Promosi (X3) .....	24
Tabel 3.4 Validitas Distribusi (X4).....	24
Tabel 3.5 Validitas Proses (X5) .....	24
Tabel 3.6 Validitas <i>People</i> (X6) .....	24
Tabel 3.7 Validitas Bukti Fisik (X7).....	24
Tabel 3.8 Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	24
Tabel 3.9 tabel interpretasi nilai <i>Alpha Cronbach</i> .....	25
Tabel 3.10 Uji Validitas .....	26
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	30
Tabel 4.2 Program Studi .....	31
Tabel 4.3 Pendapatan Responden .....	32
Tabel 4.4 Pengeluaran Responden Dalam menggunakan layanan Grab .....	32
Tabel 4.5 Intensitas Penggunaan Pelayanan .....	33
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Produk.....	34
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Harga.....	35
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Promosi .....	35
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Distribusi.....	36
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Proses.....	37
Tabel 4.11 Deskripsi Variabel <i>People</i> .....	38
Tabel 4.12 Deskripsi Variabel Bukti Fisik .....	38
Tabel 4.13 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian .....	39
Tabel 4.14 Rekapitulasi Skor Rata-Rata Deskriptif Variabel.....	40
Tabel 4.15 Hasil Analisis Linier Berganda.....	41
Tabel 4.16 Uji Hipotesis Simultan (Uji F).....	43
Tabel 4.17 Uji Koefisien Determinasi .....	44

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Model Keputusan Konsumen.....9  
Gambar 2.2 Kerangka Pikir Hipotesis .....17



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian .....	58
Lampiran 2 : Data Responden.....	62
Lampiran 3 : Analisis Deskriptif.....	69
Lampiran 4 : Uji Validitas .....	71
Lampiran 5 : Uji Reliabilitas.....	75
Lampiran 6 : Uji Hipotesis.....	77
Lampiran 7 : <i>Plagiarism Check</i> .....	78

