

LAPORAN SKRIPSI

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BATIK SEMARANGAN**



Ivan Dhany Sendy Pratama

18.M1.0001

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

SEMARANG

2022

LAPORAN SKRIPSI

PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK SEMARANGAN

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata S-1 dalam Ilmu Komunikasi



Ivan Dhany Sendy Pratama

18.M1.0001

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2022

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ivan Dhany Sendy Pratama

NIM : 18.M1.0001

Progdi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Hukum dan Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul *PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK SEMARANGAN* tersebut bebas plagiasi. Akan tetapi bila terbukti melakukan plagiasi maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 30 Januari 2023

Yang memberi pernyataan,



Ivan Dhany Sendy P.

18.M1.0001

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi:

Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Batik Semarang

Disusun oleh :

Nama : **Ivan Dhany Sedy Pratama**

NIM : **18.M1.0001**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal : 12 Januari 2023

Dosen Penguji :

1. Rotumiar Pasaribu, S.S., M.I.Kom.

2. B. Lenny Setyowati S.S., M.I.Kom.

3. Emanuela Agra S.K.D., S.I.Kom., M.A.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana Strata I Ilmu Komunikasi

Pada tanggal :

Jumat, 27 Januari 2023



(Dr. **Marcella Elwina Simandjuntak, SH. CN. M.Hum**)

Dekan Fakultas Hukum dan Komunikasi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang

**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ivan Dhany Sendy Pratama

Program Studi : 18.M1.0001

Fakultas : Hukum dan Komunikasi

Jenis Karya : Laporan Skripsi

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Non Eksklusif atas karya ilmiah yang berjudul **PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK SEMARANGAN** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 30 Januari 2023

Yang memberi pernyataan,



Ivan Dhany Sendy P.

18.M1.0001

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Tuhan Yesus Kristus, atas berkat dan penyertaan-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan segala proses dalam penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan dan memperoleh gelar sebagai lulusan Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Hukum dan Komunikasi, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Segala proses penyusunan tugas akhir ini, peneliti tak lupa mengucapkan terima kasih kepada seluruh anggota keluarga inti peneliti, terutama kepada kedua orang tua peneliti, atas segala doa dan dukungan kepada peneliti selama ini. Berharap kedua orang tua dan adik-adik peneliti dapat selalu diberi kesehatan, keselamatan, dan umur panjang hingga dapat menemani dan melihat peneliti meraih karir dan cita-cita yang peneliti inginkan di masa yang akan datang. Pada kesempatan ini, peneliti juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Rotumiar Pasaribu, S.S., M.I.Kom dan Ibu Bernadita Lenny Setyowati, S.S., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing pertama dan kedua peneliti, yang telah sabar dalam membimbing peneliti menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Ibu Emanuela Agra S.K.D., S.I.Kom., M.A., selaku dosen penguji peneliti yang juga telah memberikan masukan dan saran bagi kelengkapan dan keberhasilan tugas akhir peneliti.
3. Bapak Abraham Wahyu Nugroho, S.I.Kom., M.A., selaku kepala program direksi Ilmu Komunikasi Fakultas Hukum dan Komunikasi Unika Soegijapranata Semarang, yang telah memberikan keputusan-keputusan yang baik dalam program studi peneliti.

4. Ibu Yenny dan seluruh anggota Tata Usaha Fakultas Hukum dan Komunikasi Unika Soegijapranata, yang telah membantu dan membimbing peneliti untuk mengurus segala macam berkas sebagai syarat mengikuti sidang proposal hingga sidang akhir dari tugas akhir ini.

5. Teman-teman dan pacar saya atas dukungan moral dan semangat kepada saya.

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Tetapi, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak orang.

Semarang, 5 Desember 2022

Yang memberi pernyataan,



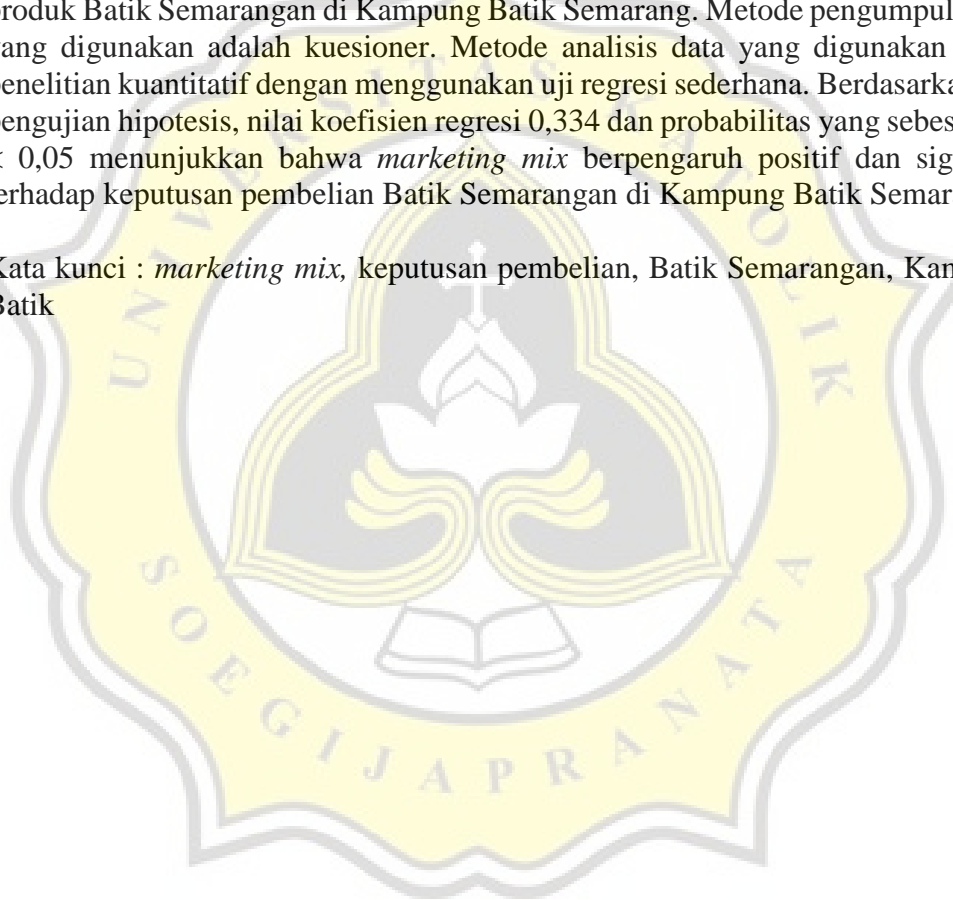
Ivan Dhany Sendy P.



ABSTRAK

Ada kebutuhan dari Kampung Batik Semarang untuk memasarkan produk Batik Semarangan untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen batik sehingga dapat berkompetisi dengan batik daerah lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *marketing mix* terhadap keputusan pembelian Batik Semarangan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Objek penelitian adalah konsumen Kampung Batik Semarang. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah berkunjung ke Kampung Batik Semarang. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel yang diperoleh sebanyak 100 orang konsumen yang pernah melakukan pembelian produk Batik Semarangan di Kampung Batik Semarang. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan uji regresi sederhana. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, nilai koefisien regresi 0,334 dan probabilitas yang sebesar $0,00 < 0,05$ menunjukkan bahwa *marketing mix* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Batik Semarangan di Kampung Batik Semarang.

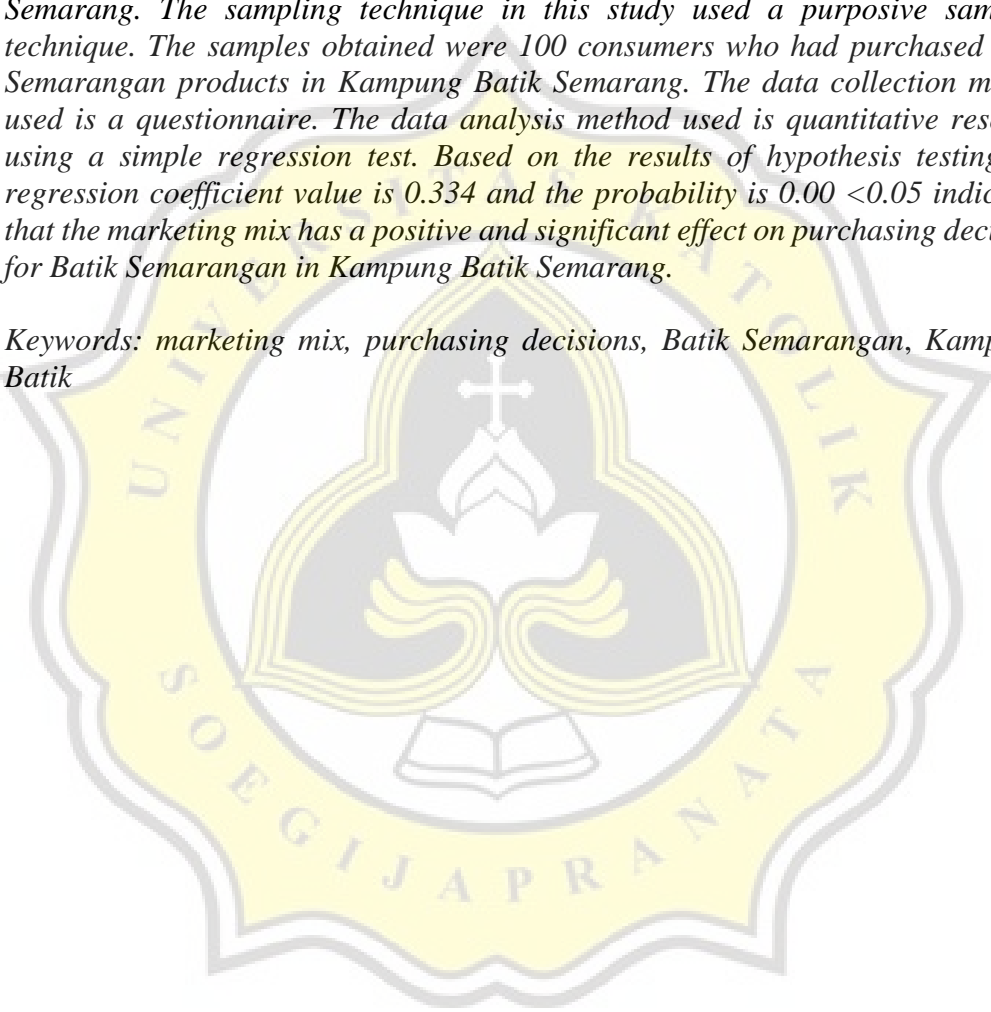
Kata kunci : *marketing mix*, keputusan pembelian, Batik Semarangan, Kampoeng Batik



ABSTRACT

There is an urgent need for Kampung Batik Semarang to increase consumer purchasing decisions on Batik Semarang so that it can compete with batik from other regions. This study aims to determine the effect of marketing mix on purchasing decisions of Batik Semarang. This type of research is quantitative research. The object of research is the consumers of Kampung Batik Semarang. The population in this study were all consumers who had visited Kampung Batik Semarang. The sampling technique in this study used a purposive sampling technique. The samples obtained were 100 consumers who had purchased Batik Semarang products in Kampung Batik Semarang. The data collection method used is a questionnaire. The data analysis method used is quantitative research using a simple regression test. Based on the results of hypothesis testing, the regression coefficient value is 0.334 and the probability is $0.00 < 0.05$ indicating that the marketing mix has a positive and significant effect on purchasing decisions for Batik Semarang in Kampung Batik Semarang.

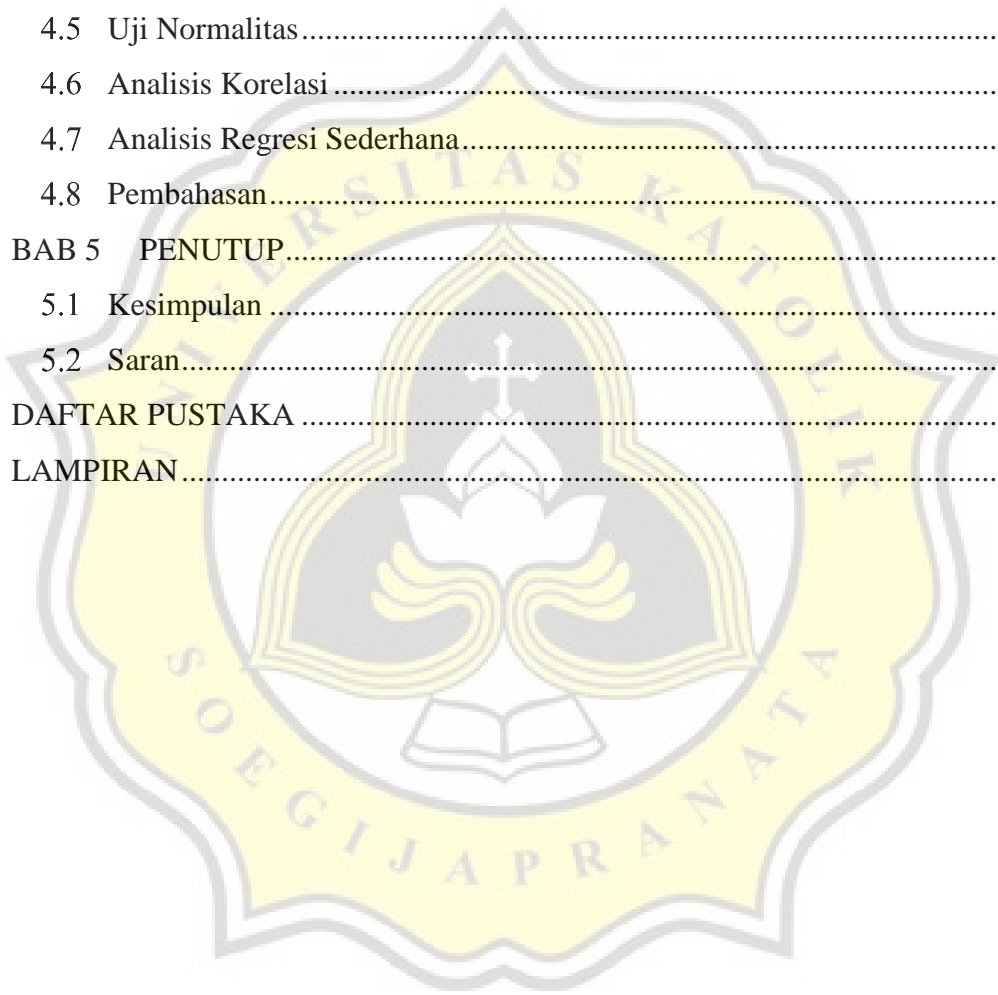
Keywords: marketing mix, purchasing decisions, Batik Semarang, Kampoeng Batik



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 <i>Marketing mix</i>	10
2.3 Keputusan Pembelian.....	22
2.4 Kerangka Berpikir.....	24
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Objek, Lokasi dan Waktu Penelitian.....	25
3.2 Populasi.....	25
3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	25
3.4 Sampel.....	26
3.5 Operasionalisasi Konsep	26
3.6 Jenis Data	28
3.7 Sumber Data.....	28
3.8 Metode Pengumpulan Data	28
3.9 Metode Analisis Data.....	29
2) Uji Reliabilitas	30
BAB 4 HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	34

4.1	Karakteristik Responden	34
4.2	Teknik Pengumpulan Data	38
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas	39
4.3.1.	Uji Validitas Variabel <i>Marketing mix</i>	40
4.3.2.	Uji Reliabilitas	42
4.4	Uji Statistika Deskriptif	42
4.5	Uji Normalitas	49
4.6	Analisis Korelasi	50
4.7	Analisis Regresi Sederhana	50
4.8	Pembahasan	51
BAB 5	PENUTUP	56
5.1	Kesimpulan	56
5.2	Saran	56
DAFTAR PUSTAKA		58
LAMPIRAN		60



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Contoh Motif Batik Semarangan	5
Tabel 2.1 Referensi Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Indikator Pengukuran	26
Tabel 4.1 Indikator Kualitas Pelayanan	38
Tabel 4.2 Indikator Kualitas Pelayanan	39
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas	40
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	42
Tabel 4.5 Uji Statistika Deskriptif <i>Marketing mix</i>	43
Tabel 4.6 Uji Statistika Deskriptif Keputusan pembelian Batik Semarangan di Kampung Batik Semarang	46
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	49
Tabel 4.8 Analisis Korelasi	50
Tabel 4.9 Analisis Regresi Sederhana	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	24
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden	34
Gambar 4.2 Status Pekerjaan Responden.....	35
Gambar 4.3 Usia Responden.....	35
Gambar 4.4 Pendidikan Terakhir Responden	36
Gambar 4.5 Frekuensi Pembelian Responden	37



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	60
Lampiran 2 Hasil Tabulasi Jawaban Kuesioner.....	64
Lampiran 3 Hasil Output Olah Data	74
Lampiran 4 Dokumentasi.....	Error! Bookmark not defined.

