

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AYASHA HIJAB**

**SKRIPSI**



Disusun Oleh :

**ANGGI DWI KURNIAWATI**

**19.92.0113**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SI-KEWIRAUSAHAAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
2023**

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK AYASHA HIJAB**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana  
Program Studi Kewirausahaan



disusun oleh

**ANGGI DWI KURNIAWATI**

**19.92.0113**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SI-KEWIRAUSAHAAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
2023**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AYASHA HIJAB**

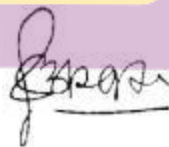
yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Anggi Dwi Kurniawati**

**19.92.0113**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 07 Juli 2023

**Dosen Pembimbing**



**Suyatmi, S.E., M.M.**

**NIK. 190302019**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AYASHA HIJAB**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Anggi Dwi Kurniawati**

**19.92.0113**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 21 Juli 2023

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Suyatmi, S.E., M.M.**

**NIK.190302019**

**Lakmindra Saptyawati, S.E., M.B.A.**

**NIK.190302334**

**Rahma Widyawati, S.E., M.M.**

**NIK.190302013**

**TandaTangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana Bisnis

Tanggal, 2 Agustus 2023

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**



**Emha Taufiq Luthfi, S.T. M.Kom**

**NIK. 190302125**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Anggi Dwi Kurniawati  
NIM : 19.92.0113  
Program Studi : S1-Kewirausahaan  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Sosial  
Universitas : Universitas Amikom Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah asli, bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila pernyataan ini tidak benar dan ditemukan plagiasi pada karya lain maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh Universitas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggung jawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 18 Juli 2023



Anggi Dwi Kurniawati

NIM. 19.92.0113

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat-Nya sehingga penulisan dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul: *“Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ayasha Hijab”*.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam jenjang perkuliahan Strata 1 Universitas Amikom Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan skripsi ini tidak terlepas dari hambatan dan kesulitan, namun dengan dukungan, dorongan, kerjasama maupun bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta
3. Ibu Suyatmi, S.E., M.M selaku Kaprodi Kwirausahaan, Universitas Amikom Yogyakarta yang telah membimbing dan memberikan pelajaran yang sangat bermanfaat dan berguna bagi saya dan teman-teman lainnya.
4. Ibu Suyatmi, S.E, M.M, selaku Dosen pembimbing saya yang sudah berkenan menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan masukan serta kontribusi yang begitu besar atas masukan dan bimbingannya untuk pencapaian yang luar biasa pada proses penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Tanti Prita Hapsari, S.E, M.Si, selaku Dosen Wali yang telah memberikan pengarahan selama jalanannya perkuliahan.
6. Ayasha Hijab selaku perusahaan yang telah membantu dan berkenan untuk dijadikan sebagai objek penelitian, sehingga penyusunan skripsi dapat berjalan dengan lancar.
7. Kedua orang tua saya, Suhardi dan Warjiyanti yang senantiasa mendoakan, memberikan motivasi yang begitu besar kepada saya.

8. Keluarga Besar yang senantiasa mendoakan kelancaran dan kesuksesan saya dalam mengerjakan skripsi ini sehingga tanggung jawab ini adalah amanah yang harus saya selesaikan hingga akhir.
9. Kedua kakak tercinta, Wahyu Widiat Moko dan Eni Widarti yang selalu senantiasa mendukung, mendoakan, memberikan dorongan, dan semangat kepada saya selama menyusun skripsi.
10. Aldi Purwanto yang selalu memberikan semangat, motivasi, serta mendoakan agar penyusunan skripsi ini berjalan dengan lancar.
11. Teman-teman seperjuangan saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih karena selalu memberikan dorongan, doa, semangat dan dukungan serta selalu menjadi alasan saya untuk tetap memperjuangkan pendidikan ini sampai akhir, sehingga membantu kelancaran saya dalam mengerjakan skripsi ini.
12. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu dan kesediaannya untuk mengisi kuesioner, sehingga skripsi ini dapat selesai dengan lancar.
13. Terakhir saya ingin mengucapkan terima kasih kepada diri saya sendiri, karena bisa menyelesaikan tanggung jawab dengan penuh semangat, senantiasa bertahan dengan kelapangan dada, untuk apapun yang akan terjadi dimasa depan tetaplah bertahan dengan penuh rasa syukur dan semangat.

Disadari bahwa dalam penyusunan laporan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu kritik maupun saran yang bersifat membantu atau membangun sangat diharapkan.

Akhir kata, semoga penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat, khususnya bagi penulis dan umumnya bagi kita semua dalam rangka menambah wawasan pengetahuan dan pemikiran kita.

Yogyakarta, 18 Juli 2023



Anggi Dwi Kurniawati

## DAFTAR ISI

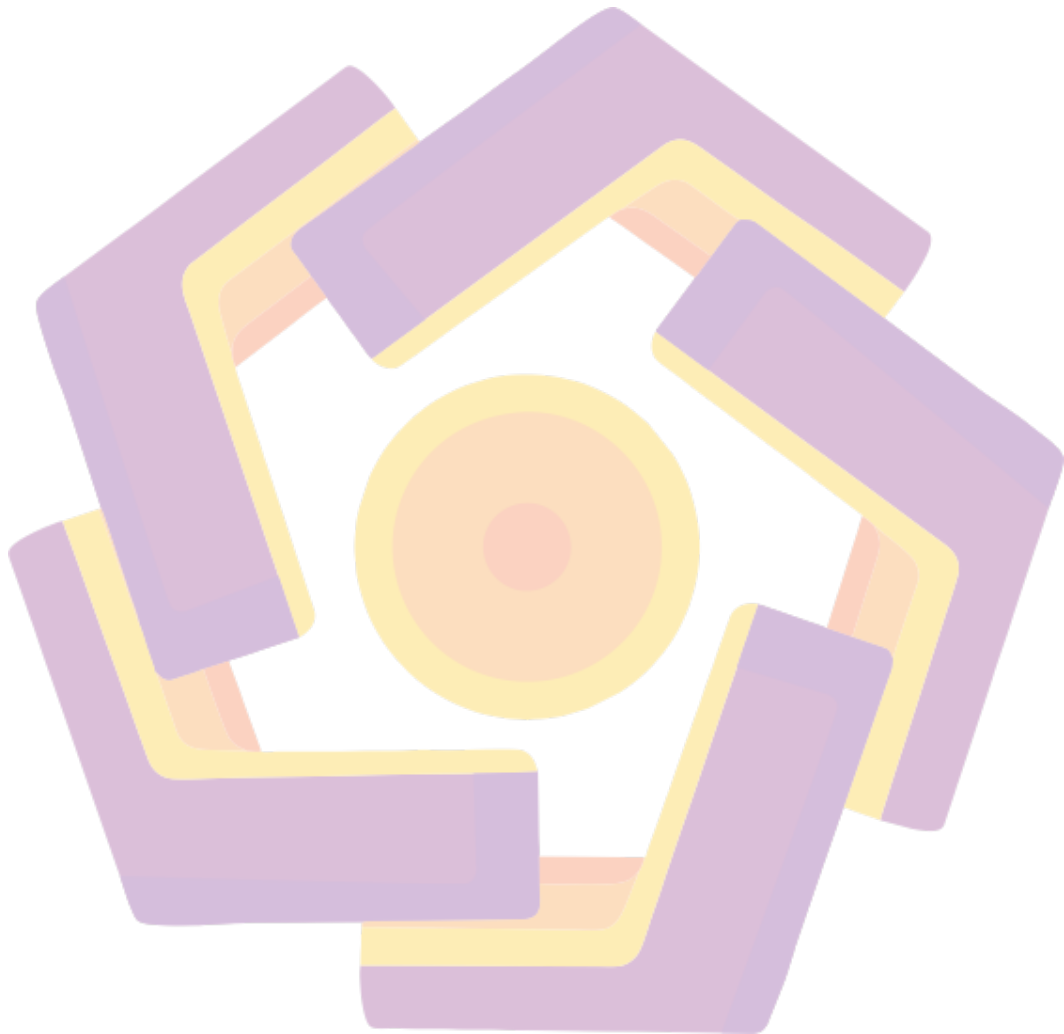
|                                  |      |
|----------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL.....               | I    |
| PERSETUJUAN.....                 | III  |
| PENGESAHAN.....                  | IV   |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | V    |
| KATA PENGANTAR.....              | VI   |
| DAFTAR ISI.....                  | VIII |
| DAFTAR TABEL.....                | XII  |
| DAFTAR GAMBAR.....               | XIII |
| DAFTAR LAMPIRAN.....             | XIV  |
| INTISARI.....                    | XV   |
| ABSTRACT.....                    | XVI  |
| BAB I PENDAHULUAN.....           | 1    |
| 1.1 Latar Belakang.....          | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah.....         | 6    |
| 1.3 Pembatasan Masalah.....      | 6    |
| 1.4 Tujuan Penelitian.....       | 7    |
| 1.5 Manfaat Penelitian.....      | 7    |
| 1.6 Sistematika Penulisan.....   | 8    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....     | 10   |
| 2.1 Landasan Teori.....          | 10   |
| 2.1.1 Kualitas Produk.....       | 10   |
| 2.1.2 Harga.....                 | 13   |
| 2.1.3 Lokasi.....                | 14   |
| 2.1.4 Proses (Process).....      | 16   |



|  |           |
|--|-----------|
| 2.1.5 Orang (People).....                      | 17        |
| 2.1.6 Tampilan Fisik.....                      | 18        |
| 2.1.7 Keputusan Pembelian.....                 | 20        |
| 2.2 Penelitian Terdahulu.....                  | 22        |
| 2.3 Kerangka Pemikiran.....                    | 44        |
| 2.4 Hipotesis Penelitian.....                  | 44        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>          | <b>46</b> |
| 3.1 Jenis Penelitian.....                      | 46        |
| 3.2 Sumber Data.....                           | 47        |
| 3.2.1 Data Primer.....                         | 47        |
| 3.2.2 Data Sekunder.....                       | 47        |
| 3.3 Populasi dan Sampel.....                   | 47        |
| 3.3.1 Populasi.....                            | 47        |
| 3.3.2 Sampel.....                              | 48        |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data.....               | 49        |
| 3.5 Variabel penelitian.....                   | 50        |
| 3.5.1 Definisi Operasional Variabel.....       | 51        |
| 3.6 Teknik Pengujian Instrumen Penelitian..... | 58        |
| 3.6.1 Uji validitas.....                       | 58        |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas.....                    | 59        |
| 3.7 Uji Asumsi Klasik.....                     | 60        |
| 3.7.1 Uji Normalitas.....                      | 60        |
| 3.7.2 Uji Heteroskedastisitas.....             | 61        |
| 3.7.3 Uji Multikolinearitas.....               | 61        |
| 3.8 Teknik Analisis Data.....                  | 62        |

|   |           |
|---|-----------|
| 3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif.....      | 62        |
| 3.8.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....   | 63        |
| 3.8.3 Uji Hipotesis.....                      | 64        |
| 3.8.4 Uji F (Uji Simultan).....               | 64        |
| 3.8.5 Uji T (Uji Parsial).....                | 65        |
| 3.8.6 Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )..... | 66        |
| <b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>    | <b>67</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....             | 67        |
| 4.1.1 Sejarah Umum Ayasha Hijab.....          | 67        |
| 4.1.2 Visi dan Misi Ayasha Hijab.....         | 68        |
| 4.2 Deskripsi Data.....                       | 68        |
| 4.3 Karakteristik Responden.....              | 69        |
| 4.4 Hasil Analisis Instrumen.....             | 71        |
| 4.4.1 Uji Validitas.....                      | 71        |
| 4.4.2 Uji Reabilitas.....                     | 73        |
| 4.5 Uji Asumsi Klasik.....                    | 74        |
| 4.5.1 Uji Normalitas.....                     | 74        |
| 4.5.2 Uji Heteroskedastisitas.....            | 75        |
| 4.5.3 Uji Multikolinearitas.....              | 77        |
| 4.6 Hasil Analisis Data.....                  | 78        |
| 4.6.1 Analisis Statistik Deskriptif.....      | 78        |
| 4.6.2 Regresi Linier Berganda.....            | 80        |
| 4.7 Hasil Uji Hipotesis.....                  | 81        |
| 4.8 Koefisien Determinasi.....                | 85        |
| 4.9 Pembahasan.....                           | 86        |

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 89 |
| 5.1 Kesimpulan.....             | 89 |
| 5.2 SARAN.....                  | 91 |
| DAFTAR PUSTAKA.....             | 92 |
| LAMPIRAN.....                   | 95 |

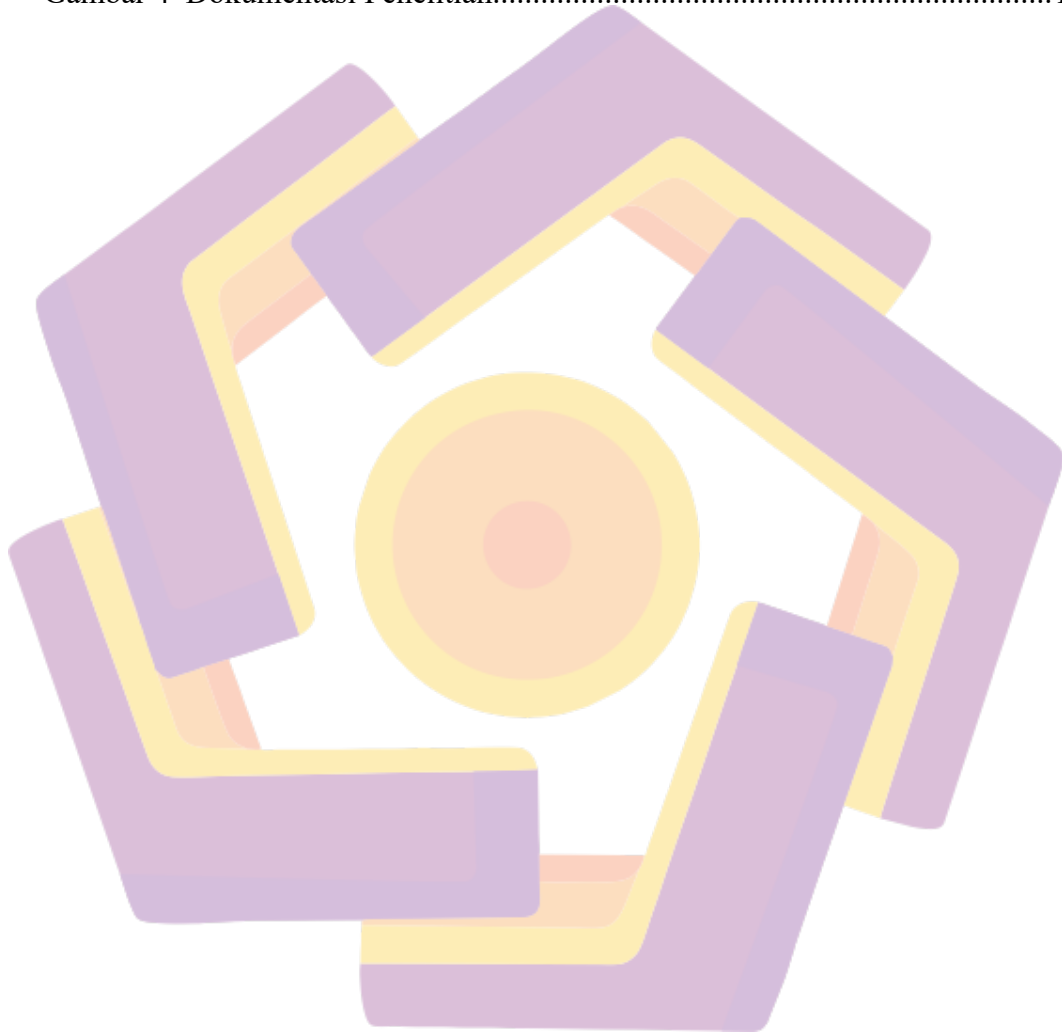


## DAFTAR TABEL

|          |  |    |
|----------|--|----|
| Tabel 1  | Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....            | 69 |
| Tabel 2  | Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....       | 70 |
| Tabel 3  | Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir..... | 70 |
| Tabel 4  | Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....           | 71 |
| Tabel 5  | Hasil Uji Validitas dari semua indikator variabel.....   | 72 |
| Tabel 6  | Hasil Uji Reabilitas dari semua indikator variabel.....  | 73 |
| Tabel 7  | Hasil Uji Heteroskedastisitas.....                       | 76 |
| Tabel 8  | Hasil Uji Multikolinearitas.....                         | 77 |
| Tabel 9  | Hasil Uji Statistik Deskriptif.....                      | 79 |
| Tabel 10 | Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....                   | 80 |
| Tabel 11 | Hasil Uji F (Simultan).....                              | 82 |
| Tabel 12 | Hasil Uji T (Parsial).....                               | 83 |
| Tabel 13 | Hasil Uji Koefisien Determinan.....                      | 85 |

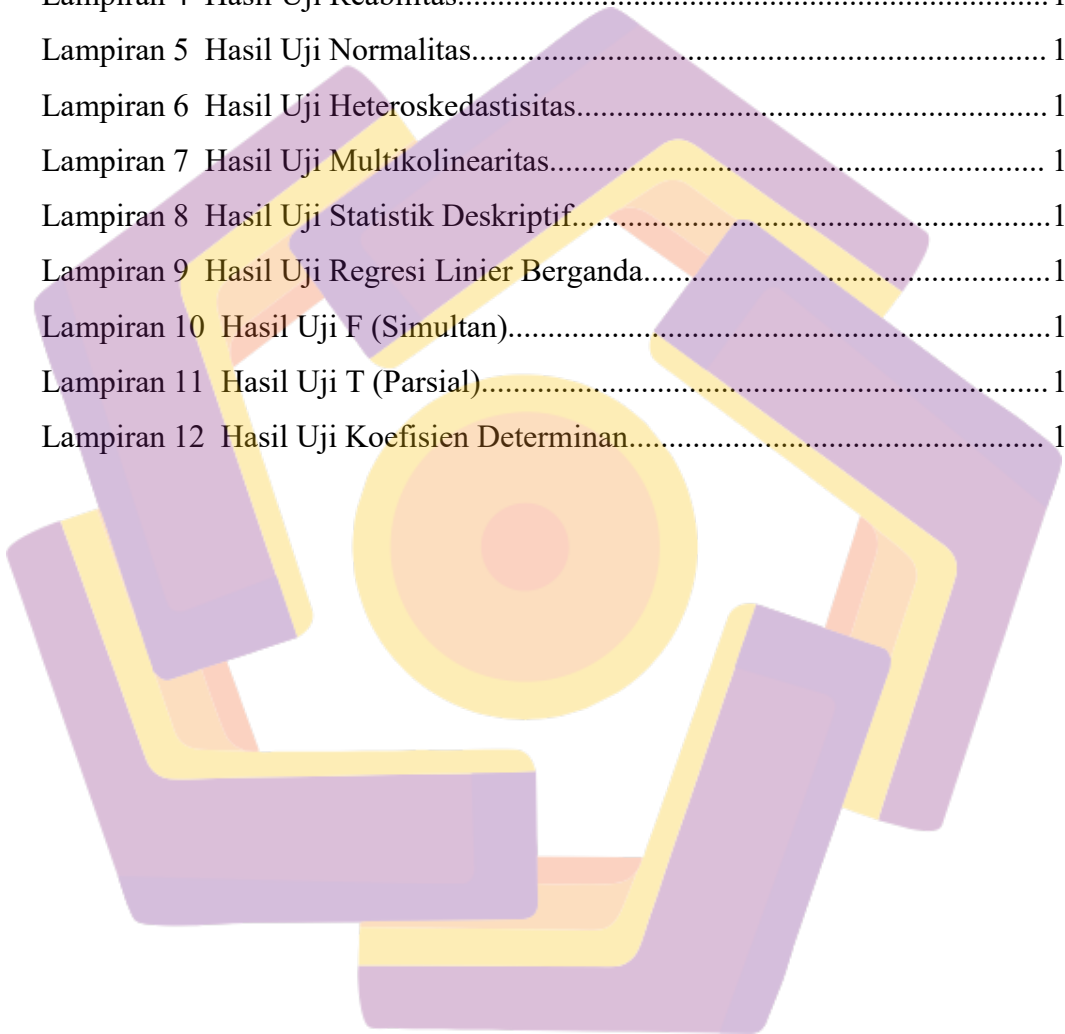
## DAFTAR GAMBAR

|  |     |
|--|-----|
| Gambar 1 Presentase Barang dan jasa yang sering dibeli oleh masyarakat saat ini. | 2   |
| Gambar 2 Kerangka Pemikiran.....   | 44  |
| Gambar 3 Hasil Uji Normalitas.....   | 75  |
| Gambar 4 Dokumentasi Penelitian.....   | 112 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|   |     |
|---|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....              | 95  |
| Lampiran 2 Data Responden.....                    | 101 |
| Lampiran 3 Hasil Uji Validitas.....               | 102 |
| Lampiran 4 Hasil Uji Reabilitas.....              | 106 |
| Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas.....              | 108 |
| Lampiran 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....     | 108 |
| Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinearitas.....       | 109 |
| Lampiran 8 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....    | 109 |
| Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda..... | 110 |
| Lampiran 10 Hasil Uji F (Simultan).....           | 110 |
| Lampiran 11 Hasil Uji T (Parsial).....            | 111 |
| Lampiran 12 Hasil Uji Koefisien Determinan.....   | 111 |



## INTISARI

Dengan adanya perkembangan di dalam usaha pada saat ini mengakibatkan munculnya produk-produk baru dari berbagai perusahaan. Hal ini menjadikan tingkat persaingan antar perusahaan semakin meningkat sehingga konsumen dihadapkan berbagai macam bentuk pilihan terhadap jenis produk serta konsumen bebas untuk menentukan produk pilihannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis apakah faktor Kualitas Produk, Harga, lokasi, Proses, Orang (people), dan tampilan produk berpengaruh terhadap Keputusan pembelian produk ayasha hijab. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner dengan metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis diskriptif dan kuantitatif yaitu dengan metode pengukurannya yang dapat dinyatakan dalam bentuk angka-angka.

Metode penelitian ini adalah metode pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan ayasha hijab dengan sampel yang digunakan sebanyak 124 responden. Pengambilan sampel dengan dengan teknik *simple random sampling*. Teknik dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda menggunakan SPSS versi 18 *for windows*.

Dalam penelitian ini menggunakan variabel bebas ( Kualitas produk, Harga, Lokasi, Proses, Orang (people) dan Tampilan Fisik), dengan metode uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, lokasi, proses, orang (people) dan tampilan fisik berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini digunakan untuk mengukur tingkat keputusan pembelian.

Kata Kunci: kualitas produk, harga, proses, orang (people), tampilan fisik dan keputusan pembelian.

## **ABSTRACT**

*The current developments in the business have resulted in the emergence of new products from various companies. This makes the level of competition between companies increasing so that consumers are faced with various forms of choice for the type of product and consumers are free to determine the product of their choice. This study aims to find out and analyze whether the factors of Product Quality, Price, Location, Process, People (people), and product appearance influence the purchasing decision of Ayasha Hijab products. The data collection method used is distributing questionnaires with data analysis methods used are descriptive and quantitative analysis methods, namely the measurement method which can be expressed in the form of numbers.*

*This research method is a quantitative approach method. The population of this study were all ayasha hijab customers with a sample of 124 respondents. Sampling with a simple random sampling technique. The technique in this research is multiple linear regression using SPSS version 18 for windows.*

*In this study using independent variables (product quality, price, location, process, people (people) and physical appearance), the method of validity test, reliability test, normality test, classical assumption test, multiple regression analysis. The results of this study indicate that product quality, price, location, process, people (people) and physical appearance influence purchasing decisions. The results of this study are used to measure the level of purchasing decisions.*

*Keywords: product quality, price, process, people (people), physical appearance and purchasing decisions.*