

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI
PT. WIJAYA STEELINDO**

SKRIPSI



disusun oleh

Ronji Marfriska Effatarianto Arupan

NIM : 19.92.0161

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

YOGYAKARTA

2023

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP MINAT
BELI KONSUMEN DI PT. WIJAYA STEELINDO**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Gelar Sarjana Pada
Program Studi Kewirausahaan



disusun oleh :

Ronji Marfriska Effatarianto Arupan
NIM : 19.92.0161

**PROGRAM STUDI S1 - KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN
SKRIPSI**

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN DI PT. WIJAYA STEELINDO**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Ronji Marfriska Effatarianto Arupan
19.92.0161**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal bln tahun

Dosen Pembimbing,



Dr. Dodi Setiawan Riatmaja., S.Psi.,M.B.A.
NIK. 190302573

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN DI PT.WIJAYA STEELINDO**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Ronji Marfriska Effatarianto Arupan
19.92.0161

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada tanggal bln tahun

Nama Penguji

Tanda Tangan

Dr. Dodi Setiawan Riatmaja., S.Psi.,M.B.A.
NIK. 190302573

Tanti Prita Hapsari, SE, M.SI
NIK. 190302303

Suyatmi, S.E., M.M
NIK. 190302019



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis (S. Bns)
4 Agustus 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.
NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, Juli 2023



Ronji Marfriska Effatarianto Arupan

19.92.0161

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur, Alhamdulillah saya panjatkan kepada Allah SWT karena atas segala rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta. Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

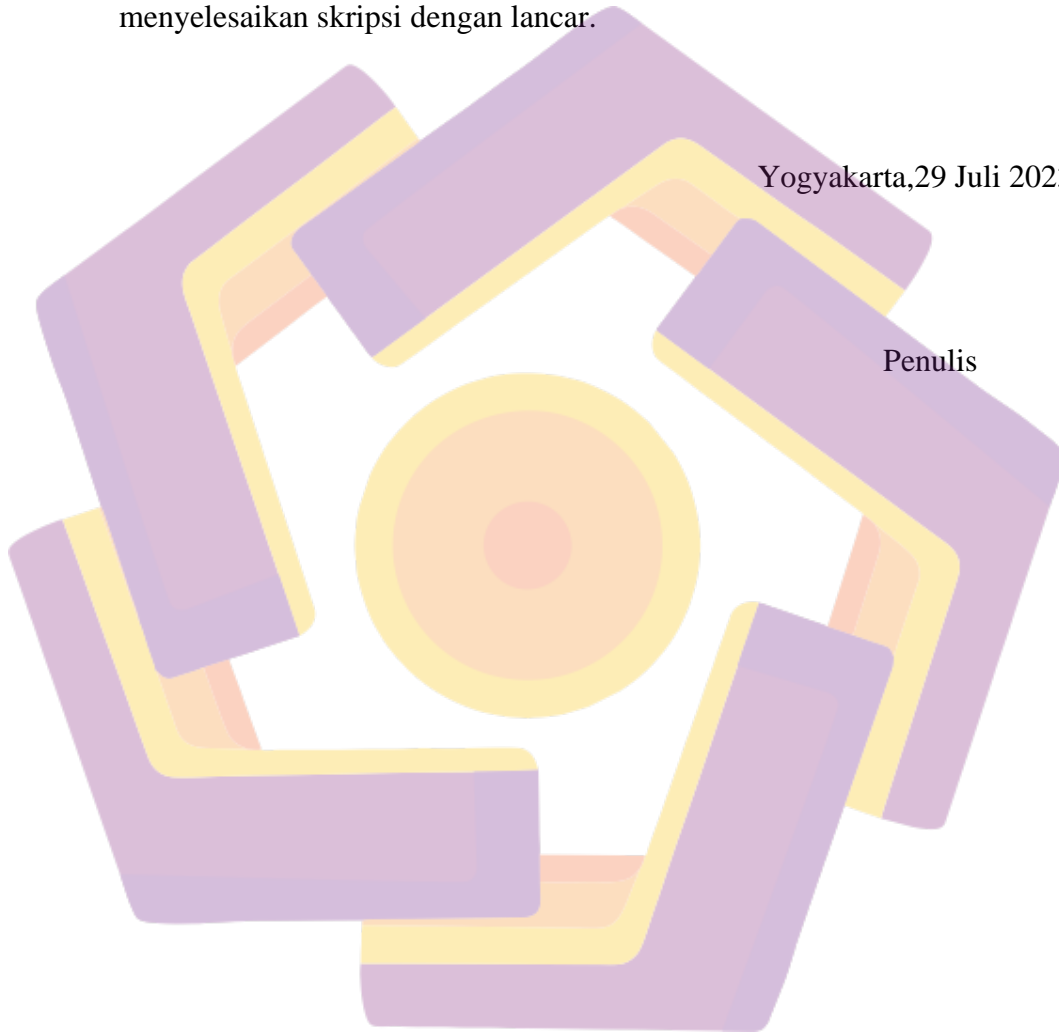
- 1) Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta)
- 2) Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
- 3) Suyatmi, S.E., M.M selaku Kaprodi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta
- 4) Dr. Dodi Setiawan Riatmaja., S.Psi., M.B.A. Selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan membimbing penulis dengan sabar dari awal hingga akhir proses penyusunan
- 5) PT.WIAJAYA STEELINDO selaku perusahaan yang telah membantu dan berkenan untuk dijadikan sebagai objek penelitian, sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.
- 6) Seluruh responden yang telah meluangkan waktu dan kesediaanya dalam mengisi kuesioner, sehingga skripsi ini dapat selesai dengan lancar.
- 7) Kedua orang tua penulis, Helly Marikan Cिकar dan Ratnawati, yang selalu memberi kasih sayang, mendoakan, memotivasi dan memberikan semangat kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi sampai saat ini dengan lancar.
- 8) Dhea yang selalu mendukung, mendoakan dan menjadi tempat untuk

berkeluh kesah penulis, sehingga mampu menyelesaikan skripsi dengan lancar

- 9) Teman-teman Prodi Kewirausahaan Angkatan 2019 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih yang sudah mendoakan, memberikan semangat, memotivasi dan membantu penulis, sehingga mampu menyelesaikan skripsi dengan lancar.

Yogyakarta, 29 Juli 2023

Penulis



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi untuk menuhi sebagai syarat mencapai gelar sarjana dengan tepat waktu tanpa adanya halangan suatu apapun. Dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M selaku rector Universitas AMIKOM Yogyakarta
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas AMIKOM Yogyakarta
3. Suyatmi, S.E.,M.M selaku Kepala Program Studi Kewirausahaan dan dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dari awal sampai akhir proses penyusunan skripsi
4. PT. Wijaya Steelindo yang telah membantu dan berkenan sebagai objek penelitian
5. Seluruh responden yang bersedia mengisi kuesioner
6. Kedua orang tua yang memberi doa dan dukungan sehingga seluruh proses dapat dijalani dengan baik dan selesai sampai akhir
7. Teman – teman dari prodi kewirausahaan maupun dari luar prodi kewirausahaan yang tidak bisa di sebutkan satu – satu.
8. Kepada diri sendiri, terimakasih telah bertahan sampai akhir. Menyelesaikan apa yang kamu mulai dan memberikan hasil yang terbaik.

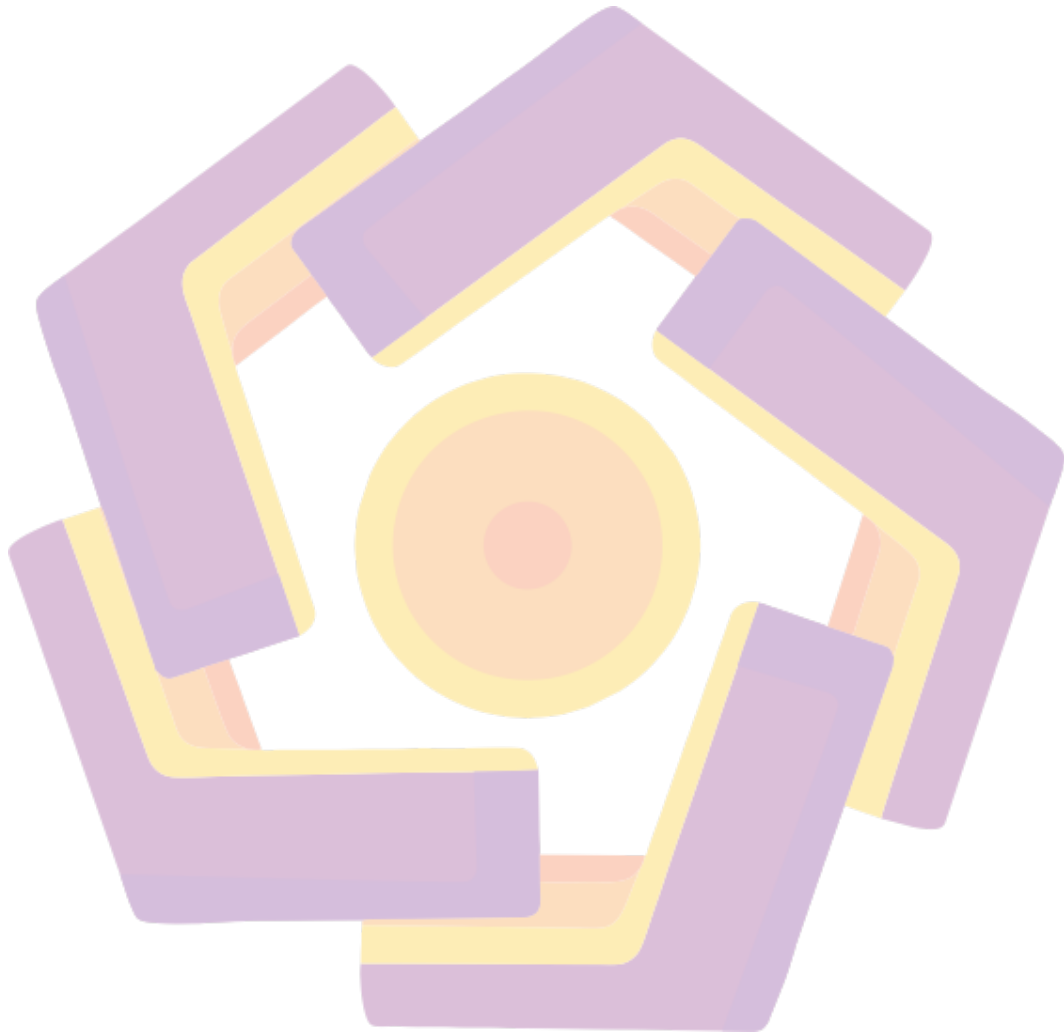
Yogyakarta, Juli 2023

Ronji Marfriska Effatarianto Arupan
NIM : 19.92.0161

DAP^TAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II TELAAH PUSTAKA	7
2.1. Minat Beli	7
2.2. Strategi Pemasaran	12
2.3. Penelitian Terdahulu	20
2.4. Pengajian Hipotesis.....	21
2.5. Kerangka Pemikiran.....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1 Jenis Penelitian.....	40
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	40
3.3 Populasi dan Sampel	41
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	43
3.5 Uji Kualitas Data.....	46
3.6 Teknik Analisi Data	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Data Penelitian.....	55
4.2 Analisis Data	56
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	76

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	90



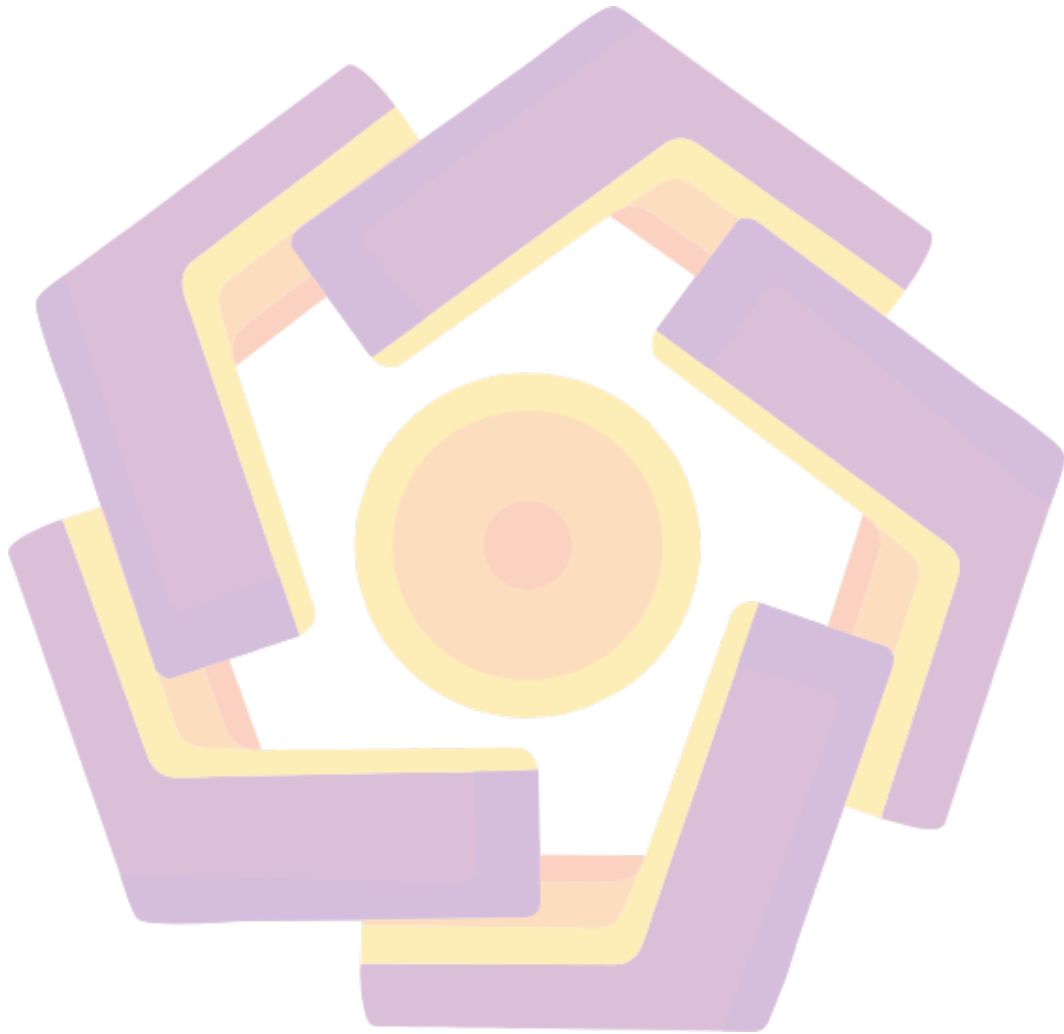
DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Uji Validitas	38
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas Penelitian	39
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	41
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	42
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	42
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	44
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Berganda	47
Tabel 4.11 Hasil Uji t Parsial	62
Tabel 4.12 Hasil Uji F dengan ANOVA.....	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Nilai Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>)	65



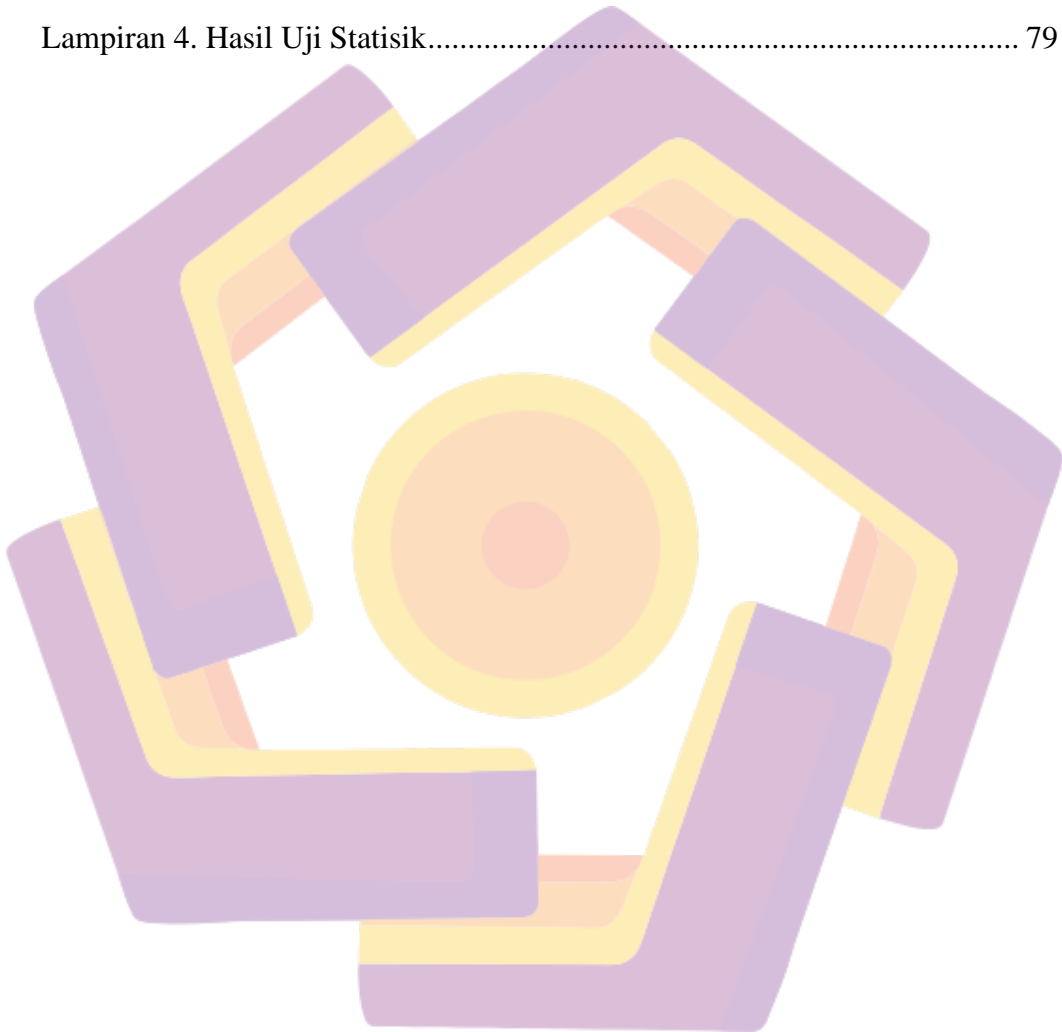
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Berpikir	22
Gambar 4.1 Grafik Uji Normalitas.....	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Penelitian	60
Lampiran 2. Data Penelitian.....	64
Lampiran 3. Rekapitulasi Data Penelitian.....	76
Lampiran 4. Hasil Uji Statistik.....	79



ABSTRAK

Strategi pemasaran yang tepat merupakan hal terpenting dan menjadi prioritas utama dalam kelangsungan penjualan perusahaan. Strategi pemasaran dapat mempengaruhi langkah-langkah yang diambil perusahaan dalam meningkatkan kualitas produk dan kuantitas pelanggan secara efektif dan efisien untuk meningkatkan minat beli konsumen. Minat beli konsumen merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh sangat besar terhadap perilaku konsumen dalam melakukan pembelian produk.

Tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana pengaruh strategi pemasaran terhadap minat beli konsumen di PT. Wijaya Steelindo.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan menggunakan kuesioner. Populasi adalah seluruh konsumen PT. Wijaya Steelindo di Yogyakarta. Sampel penelitian adalah 100 menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi ganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk PT. Wijaya Steelindo.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Minat Beli



ABSTRACT

The right marketing strategy is the most important thing and a top priority in the continuity of the company's sales. Marketing strategy can influence the steps taken by companies to improve product quality and customer quantity effectively and efficiently to increase consumer buying interest. Consumer buying interest is a psychological aspect that has a very large influence on consumer behavior in purchasing products.

The research objective is to find out how the influence of marketing strategies on consumer buying interest at PT. Wijaya Steelindo.

The research approach used is a quantitative approach. The collection method uses a questionnaire. The population is all consumers of PT. Wijaya Steelindo in Yogyakarta. The research sample is 100 employees using a purposive sampling technique. Data analysis technique used multiple regression analysis.

The results showed that the marketing strategy had a positive and significant effect on the intention to buy PT. Wijaya Steelindo.

Keywords: *Marketing Strategy, Buying Interest*

