

**ANALISA *MARKETING MIX-7P* (*PRODUT, PRICE, PLACE, PROMOTION, PEOPLE, PHYSIAL EVIDENCE* DAN *PROCESS*)  
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMILIH TEMPAT  
BERBELANJA DI PURWOKERTO**

**(Studi pada Moro Grosir dan Ritel Purwokerto)**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN  
Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).**

**Oleh:**

**NUR LAZIMAH  
NIM.1323203081**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PURWOKERTO  
2017**



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No.40A Purwokerto 53126  
Telp. 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.ialnpurwokerto.ac.id

## PENGESAHAN

Skripsi Berjudul


**ANALISA PENGARUH *MARKETING MIX 7P (PRODUT, PRICE, PLACE, PROMOTION, PEOPLE, PHYSIAL EVIDENCE DAN PROCESS)*  
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMILIH TEMPAT  
BERBELANJA DI MORO GROSIR DAN RITEL PURWOKERTO  
(Studi Pada Moro Grosir dan Ritel Purwokerto)**

Yang disusun oleh Saudari **Nur Lazimah** NIM. 1323203082  
Jurusan/Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, telah  
diujikan pada hari **Rabu** tanggal **23 Agustus 2017** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk  
memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji


  
Ahmad Dahlan, M.S.I.  
NIP. 197310142003121002

Sekretaris Sidang/Penguji

  
Yoiz Sholwa Shafriani, SP., M.Si.  
NIP. 197812312008012027

IAIN PURWOKERTO

Pembimbing/Penguji

  
Sofia Yustiani Suryandari, M.Si.  
NIP. 197807162009012006



Purwokerto, Agustus 2017  
Mengetahui/Mengesahkan  
Dekan,  
  
Fathil Aminudin Aziz, M.M.  
NIP. 196804031994031004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

**Kepada :**  
**Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan**  
**Bisnis Islam IAIN Purwokerto**  
**Di Purwokerto**

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan Skripsi dari Nur Lazimah NIM 1323203081 yang berjudul:

**“Analisa marketing Mix-7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence dan Process*) terhadap Keputusan Konsumen Memilih Tempat berbelanja di Purwokerto (Studi pada Moro Grosir dan Ritel)”**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut diatas sudah dapat diujikan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Purwokerto, 4 Juni 2017  
Pembimbing



**Sofia Yustiani Suryandari, M.Si**  
**NIP. 19780716 200901 2 006**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Nur Lazimah

NIM : 1323203081

Jenjang : Strata 1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi: Ekonomi Syari'ah

Menyatakan bahwa Skripsi ini secara keseluruhan hasil penelitian atau karya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 4 Juni 2017

Saya yang menyatakan,



NUR LAZIMAH  
NIM. 1323203025

## **MOTO**

*Setiap hari adalah kesempatan kedua.*

*Kebanggaan kita yang terbesar adalah bukan yang tidak pernah gagal, tetapi bangkit kembali setiap kali jatuh.*

(Muhammad Ali)

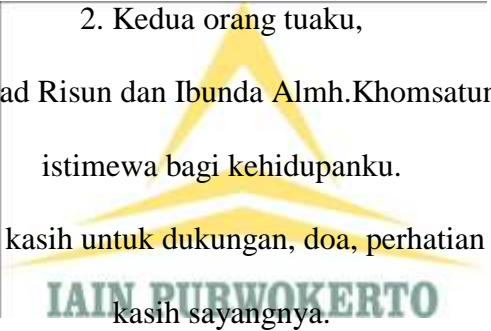


## HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya kecil ini kupersembahkan Kepada:

1. Allah SWT, terima kasih Ya Allah telah memberiku semua ini, keluarga yang sangat hangat, rejeki yang berkecukupan, kerukunan sesama anggota keluarga, teman-teman yang baik, untuk kesehatan dan juga perlindungan-Mu.

2. Kedua orang tuaku,  
Ayahanda Achmad Risun dan Ibunda Almh.Khomsatun yang sangat istimewa bagi kehidupanku.  
Terima kasih untuk dukungan, doa, perhatian dan kasih sayangnya.



3. Kakakku Rifki Fauzi yang selaluberada dalam Lindungan-Nya.

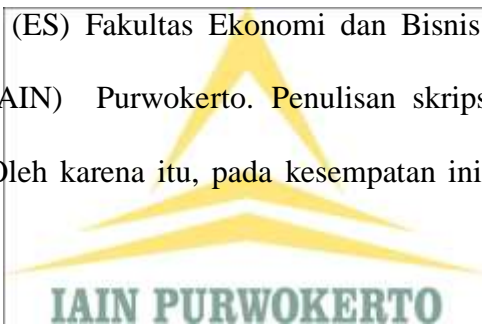
4. Adik Sepupu tercintaku Afira Nida 'Ulayya yang tidak pernah bosan menjadi sahabat, teman dan saudara.

5. Semua teman-temanku yang sudah membantu dalam proses penelitian ini.

6. Almamaterku

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsidengan judul ”**Analisa marketing Mix-7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence dan Process) terhadap Keputusan Konsumen Memilih Tempat berbelanja di Purwokerto (Studi pada Moro Grosir dan Ritel)**” dengan baik. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syari’ah (ES) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto. Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan banyak pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:



1. Dr. H. A. LuthfiHamidi, M.Ag, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
2. Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
3. Dewi Laela Hilyatin, M.Si., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah yang telah memberikan kemudahan administrasi dalam perizinan pelaksanaan penelitian skripsi ini.
4. Dr.H.Syufa’at,M.Ag selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dari awal hingga akhir perkuliahan.

5. Sofia Yustiani Suryandari, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dan memberi masukan, arahan kepada penyusun guna menyempurnakan skripsi ini.
6. Bapak, Ibu dosen dan Staff akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama ini dan segala bantuan serta fasilitas yang diberikan.
7. Kedua orang tua dan seluruh keluarga yang selalu memberikan do'a, memberikan dukungan baik moral maupun materiil, nasihat dan motivasi yang tidak terbatas kepada penulis sehingga penulis selalu bersemangat dan optimis menghadapi setiap kendala dalam menyusun skripsi ini.
8. Sahabat-sahabatku Cahya, Sinta dan Uri, terimakasih untuk warna-warni yang kalian lukis di musim-musimku. Semoga tetap terjalin persahabatan walaupun telah terpisah jarak dan waktu serta kesibukan kita.
9. Kakak tingkatku Hasan Muhammad, Lulusan terbaik tercepat UIN Sunan Kali Jaga Jogjakarta yang selalu memberikan semangat untuk menjadi lebih baik dan banyak belajar.
10. *The best partner that I ever had* Afira Nida 'Ulayya, Adikku yang sudah menjadi STANers 2017 yang tidak pernah lelah mendengarkan keluh kesah kakaknya, terimakasih sudah menjadi sahabat sekaligus keluarga yang sangat hangat.
11. Teman-teman seperjuangan kelas Ekonomi Syariah B angkatan tahun 2013. Semangat dan tetap berjuang menggapai cita-cita kalian.



12. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Purwokerto, Juni 2017

Penyusun

Nur Lazimah



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
MOTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK .....	xvii
<i>ABSTRACT</i> .....	xviii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB .....	xiv
BAB 1      PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	6
C. Rumusan Masalah .....	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	11
E. Sistematika Pembahasan.....	12

BAB II	LANDASAN TEORI .....	14
	A. Dasar-Dasar Pemasaran .....	14
	B. <i>Marketing Mix 7P</i> .....	16
	1. <i>Product</i> / Produk .....	18
	2. <i>Price</i> / Harga .....	19
	3. <i>Place</i> / Tempat .....	21
	4. <i>Promotion</i> / Promosi .....	22
	5. <i>People</i> / Partisipan.....	24
	6. <i>Physical Evidence</i> / Lingkungan Fisik.....	25
	7. <i>Proses</i> / Proses .....	29
	C. Keputusan Pembelian .....	30
	D. Pemasaran Menurut Perspektif Ekonomi Islam .....	51
	E. Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam .....	60
	F. Penelitian Terdahulu .....	68
	G. Kerangka Pemikiran .....	71
	H. Hipotesis .....	72
BAB III	METODE PENELITIAN .....	44
	A. Rancangan Penelitian .....	73
	B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	74
	C. Populasi dan Sampel .....	74
	D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	78
	E. Teknik Pengumpulan Data Penelitian.....	83
	F. Teknik Analisis Data .....	86

BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN .....	93
	A. Gambaran Umum PT Bamas Satria Perkasa.....	93
	1. Sejarah Singkat PT Bamas Satria Perkasa .....	93
	2. Visi dan Misi Perusahaan .....	94
	3. Struktur Organisasi .....	94
	4. Jam Kerja dan Waktu Istirahat .....	98
	5. Gambaran Umum Marketing Mix-7P pada Moro grosir dan Ritel .....	99
	B. Analisis Data .....	
	1. Karakteristik Responden .....	107
	2. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	115
	3. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	119
	a. Hasil Uji Autokorelasi.....	119
	b. Hasil Uji Multikoneritas.....	120
	c. Hasil Uji Normalitas .....	122
	d. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	123
	e. Analisis Regresi Linier Berganda .....	124
	4. Hasil Uji Hipotesis .....	128
	a. Hasil uji F (Uji Simultan) .....	128
	b. Hasil uji T (Uji Parsial) .....	130
BAB V	PENUTUP.....	138
	A. Kesimpulan .....	138
	B. Saran.....	139

DAFTAR PUSTAKA

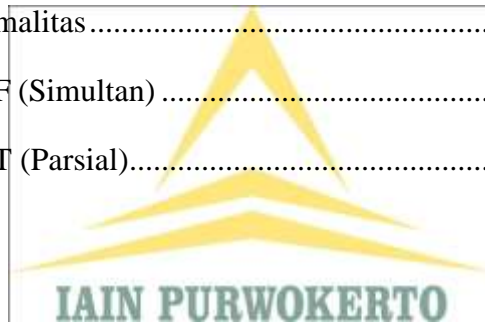
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Perkembangan Konsep Pemasaran .....	15
Tabel 2	Definisi Operasional Variabel .....	78
Tabel 3	Hasil Pengujian Validitas .....	116
Tabel 4	Hasil Pengujian Reliabilitas .....	118
Tabel 5	Hasil Pengujian Autokorelasi .....	119
Tabel 6	Hasil Uji Multikolinearitas .....	120
Tabel 7	Hasil Normalitas .....	122
Tabel 8	Hasil Uji F (Simultan) .....	129
Tabel 9	Hasil Uji T (Parsial).....	130



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Skema Perilaku Konsumen.....	46
Gambar 2	Proses Pengambilan Keputusan.....	49
Gambar 3	Penggunaan Pendapatan Konsumen Muslim .....	61
Gambar 4	Kerangka Pemikiran .....	71
Gambar 5	Struktur Organisasi PT Bamas Satria Perkasa .....	95
Gambar 6	Jam Kerja PT Bamas Satria .....	96
Gambar 7.1	Presentase Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin .....	108
Gambar 7.2	Presentase Konsumen Berdasarkan Pendidikan terakhir .....	109
Gambar 7.3	Presentase Konsumen Berdasarkan Status Perkawinan .....	110
Gambar 7.4	Presentase Konsumen Berdasarkan Usia .....	111
Gambar 7.5	Presentase Konsumen Berdasarkan Pekerjaan .....	112
Gambar 7.6	Presentase Konsumen Berdasarkan Pendapatan .....	113
Gambar 7.7	Presentase Konsumen Berdasarkan Anggaran Berbelanja .....	114

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Rekomendasi Ujian Skripsi
- Lampiran 2 : Kuesioner
- Lampiran 3 : *Output* Uji Validitas
- Lampiran 4 : *Output* Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 : *Output* Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6 : *Output* Regresi Berganda
- Lampiran 7 : *Output* Uji F (Simultan)
- Lampiran 8 : *Output* Uji T (Individual)
- Lampiran 9 : *Output* Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ )
- Lampiran 10 : Blanko Bimbingan Skripsi
- Lampiran 11 : Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 12 : Sertifikat-Sertifikat



**ANALISA PENGARUH *MARKETING MIX-7P (PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION, PEOPLE, PHYSICAL EVIDENCE DAN PROCESS)*  
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMILIH TEMPAT  
BERBELANJA**

**(Studi Pada Moro Grosir dan Ritel Purwokerto)**

**Oleh:**

**Nur Lazimah**

[lazimajenia@gmail.com](mailto:lazimajenia@gmail.com)

**ABSTRAK**

Abstrak tetap terpisah



**AN ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF MARKETING MIX 7P  
(PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION, PEOPLE, PHYSICAL  
EVIDENCE, AND PROCESS) AGAINST THE DECISION OF THE  
CONSUMERS IN CHOOSING THE SHOPPING PLACE IN MORO GROSIR  
AND RETAIL PURWOKERTO**

**(Study Case Faculty Of Economics and Bussines Islam, IAIN Purwokerto)**

**Oleh:  
Nur Lazimah**

**[lazimajenia@gmail.com](mailto:lazimajenia@gmail.com)**

Asbratterpisah



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 158 tahun 1987 Nomor 0543 b/u/1987 tanggal 10 September 1987 tentang pedoman transliterasi Arab-Latin dengan beberapa penyesuaian menjadi berikut:

### 1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta	t	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	kadan ha
د	dal	d	de
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)

ر	ra	r	er
ز	za	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	Esdan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik keatas
غ	gain	g	Ge
ف	fa	f	Ef
ق	qaf	q	Ki
ك	kaf	k	Ka
ل	lam	l	El
م	mim	m	Em

ن	nun	n	En
و	wawu	w	We
ه	ha	h	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	ya	y	Ye

## 2. Vokal

### 1) Vokal tunggal (monoftong)

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
—	fathah	A	A
—	Kasrah	I	I
—	damah	U	U

Contoh: كَتَبَ -*kataba*

يَذْهَبُ -*yaḏhabu*

فَعَلَ -*fa'ala*

سُئِلَ -*su'ila*

2) Vokal rangkap (diftong)

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
اِي	<i>Faṭḥah dan ya</i>	<i>Ai</i>	a dan i
اُو ـِ	<i>Faṭḥah dan wawu</i>	<i>Au</i>	a dan u

Contoh: كَيْفَ - *kaifa*

هَؤُلَ - *hauḷa*

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ	<i>fathah dan alif</i>	<i>Ā</i>	a dan garis di atas
اِي	<i>Kasrah dan ya</i>	<i>Ī</i>	i dan garis di atas
اُو	<i>ḍamah dan wawu</i>	<i>Ū</i>	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - *qāla*

قِيلَ - *qīla*

رَمَى - *ramā*

يقول - *yaqūlu*

#### 4. *Ta Marbūṭah*

Transliterasi untuk *ta marbūṭah* ada dua:

1) *Ta marbūṭah* hidup

*tamarbūṭah* yang hidup atau mendapatkan *ḥarakatfathah*, *kasrah* dan *ḍammah*, transliterasinya adalah /t/.

2) *Ta marbūṭah* mati

*Ta marbūṭah* yang mati atau mendapat *ḥarakat sukun*, transliterasinya adalah /h/.

3) Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *tamarbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h).

contoh:

روضة الأَطْفَال	<i>Rauḍah al-Atfāl</i>
المدينة المنورة	<i>al-Madīnah al-Munawwarah</i>
طلحة	<i>Ṭalḥah</i>

## 5. *Syaddah (tasydid)*

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh:

رَبَّنَا - *rabbanā*

نَزَّلَ - *nazzala*



## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* dengan kata sandang yang diikuti huruf *qamariyyah*.

- 1) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah*, kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.



- 2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariyyah*, ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf *syamsiyyah* maupun huruf *qamariyyah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung atau hubung.

Contoh:

الرجل - al-rajulu

القلم - al-qalamu



## 7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrop. Namun itu, hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila Hamzah itu terletak di awal kata, ia dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

Hamzah di awal	أكل	<i>Akala</i>
Hamzah di tengah	تأخذون	<i>ta'khuzūna</i>
Hamzah di akhir	النوء	<i>an-nau'u</i>

## 8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dua cara; bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan. Namun penulis memilih penulisan kata ini dengan perkata.

Contoh:

وان الله هو خير الرازقين	: <i>wa innalāha lahuwa khair ar-rāziqīn</i>
فاوفوا الكيل والميزان	: <i>faaufū al-kailawaal-mīzan</i>



## 9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan arab huruf kapital tidak dikenal, transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandang.

Contoh:

وما محمد الا رسول	<i>Wa mā Muḥammadun illā rasūl.</i>
ولقد راه بالافق المبين	<i>Wa laqad raāhu bi al-ulfuq al-mubīn</i>

