

# SKRIPSI

PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA TRANSPORTASI  
ANGKUTAN UMUM

Oleh :

RIZAL KHANIF

K.2014.1.32836

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal  
15 Maret 2019 dan dinyatakan LULUS

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Drs. ALI LATING, MM



Mengetahui,

Rektor STIE Malangkuçeçwara

BUNYAMIN, M.M., Ph.D.  
NIK 202.710.182

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh oranglain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Malang, 24 Februari 2019

Rizal Khanif



K.2104.1.32836

## CURRICULUM VITAE

Nama : Rizal Khanif

Tempat/Tanggal Lahir : Malang, 29 Juni 1996

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Kewarganegaraan : Indonesia

Agama : Islam

Alamat : Karangrejo, Sukolilo RT 02/ RW 05, Kecamatan  
Sukodadi Kabupaten Lamongan

Nama Ayah : Moch. Zainul Arifin

Pekerjaan Ayah : BUMN

Nama Ibu : Kartika Sari S.E

Pekerjaan Ibu : WIRASWASTA

Alamat Ibu : Karangrejo, Sukolilo RT 02/ RW 05, Kecamatan  
Sukodadi Kabupaten Lamongan

Riwayat Pendidikan : 1. MI MA'ARIF NU Sukodadi - 2005

2. MTS Negeri Model Babat - 2011

3. SMAN 1 Lamongan - 2014

Hasil Karya Tulis/Research : Tahun 2018 Penelitian pada Pengaruh *Marketing Mix* terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi Angkutan Umum ( Studi Kasus Angkutan Berbasis Online di Kota Malang)

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala berkat karunia-Nya kepada hamba sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Marketing Mix* terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi Angkutan Umum ( Studi Kasus Angkutan Berbasis Online di Kota Malang)”**.

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkuçeçwara Malang. Dalam penyusunan skripsi ini, saya telah mendapatkan banyak bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, saya menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Ali Lating, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan masukan selama proses penulisan skripsi.
2. Ibu Dra. Lindananty, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkuçeçwara Malang.
3. Dra.RR.Widanarni Pudjiastuti,Ak.,Msi.,CA,CPA selaku Ketua Jurusan Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkuçeçwara Malang dan selaku dosen wali selama 9 semester.
4. Pihak pelanggan ojek online yang telah bersedia menyediakan tempat dan waktunya untuk saya melakukan penelitian skripsi ini.
5. Terima kasih yang sebesar-besarnya saya tujukan kepada orang tua saya, Mama dan Aak yang telah merawat dan mendidik saya hingga sekarang ini..
6. Terima kasih kepada Citra Tirta Ningtyas Damayanti yang telah memberikan support yang luar biasa dikala senang dan sedih.

7. Untuk sahabat-sahabatku “REAL ONETHOUSAND” (Unggul, Saiful, Pinda, Yusron, Marlinda, Noni, Dina, Evita) terima kasih telah menemaniku selama berproses sampai sekarang ini.
8. Untuk teman-teman BLACKCATDEATH E-sport yang sudah memberikan sedikit hiburan dikala jenuh dan hilang arah.
9. Dan kepada semua pihak-pihak yang turut serta dalam pembuatan skripsi saya, semoga amal ibadah kalian semua dibalas oleh Allah SWT.

Saya sebagai penulis sangat menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Harapan saya selaku penulis skripsi ini kiranya apa yang terkandung dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Malang, Februari 2019

Rizal Khanif

## DAFTAR ISI

COVER.....	ii
SURAT PENGESAHAN .....	iii
SURAT ORISINALITAS .....	iii
ABSTRAK.....	iv
CURRICULUM VITAE .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	4
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II .....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Marketing mix .....	6
2.1.2 Keputusan Pembelian .....	11
2.1.3 Angkutan Umum .....	14
2.2 Penelitian Terdahulu .....	15
2.3 Kerangka Pemikiran.....	20
2.4 Hipotesis .....	21
2.4.1 Hipotesis Penelitian.....	21
2.4.2 Hipotesis Statistik.....	21
BAB III .....	22
METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Jenis dan Desain Penelitian .....	22

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian .....	22
3.3 Populasi dan Sampel .....	22
3.3.1 Populasi Penelitian .....	22
3.3.2 Sampel Penelitian .....	22
3.4 Definisi Operasional.....	24
3.5 Teknik dan Instrumen Penelitian.....	24
3.5.1 Teknik pengumpulan data .....	24
3.5.2 Instrumen Penelitian.....	25
3.6 Variabel Penelitian .....	28
3.6.1 Variabel Independen.....	28
3.6.2 Variabel Dependen.....	30
3.7 Teknik Analisis Data.....	30
3.7.1 Asumsi Klasik .....	30
3.7.2 Analisis Linier Berganda.....	32
3.7.3 Uji Hipotesis .....	32
<b>BAB IV .....</b>	<b>34</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
4.1 Penyajian Data .....	34
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	34
4.1.2 Diskripsi Responden.....	40
4.1.3 Diskripsi Variabel .....	43
4.1.4 Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	53
4.1.5 Asumsi Klasik Ekonometri.....	56
4.1.6 Pengujian Hipotesis.....	61
4.2 Interpretasi Hasil Pengujian .....	64
<b>BAB V .....</b>	<b>70</b>
<b>P E N U T U P .....</b>	<b>70</b>
5.1 Simpulan .....	71
5.2 Saran .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>74</b>

## DAFTAR TABEL

4. 1 Karakteristik Responden berdasarkan Umur .....	40
4. 2 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
4. 3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan .....	42
4. 4 Distribusi Amatan dari Setiap Item Pada Peubah Product (X1) .....	43
4. 5 Distribusi Amatan Dari Setiap Item Pada Peubah Price (X2) .....	44
4. 6 Distribusi Amatan dari Setiap Item Pada Peubah Place (X3) .....	46
4. 7 Distribusi Amatan Dari Setiap Item Pada Peubah Promotion (X4) .....	47
4. 8 Distribusi Amatan Dari Setiap Item Pada Peubah Participant (X5) .....	48
4. 9 Distribusi Amatan Dari Setiap Item Pada Peubah Process (X6) .....	49
4. 10 Distribusi Amatan Dari Setiap Item Pada Peubah Physical Evidience (X7) .....	50
4. 11 Peubah Keputusan Menggunakan Jasa Transportasi Angkutan Umum Online .....	52
4. 12 Hasil Uji Validitas.....	54
4. 13 Uji Reabilitas .....	55
4. 14 Hasil Uji Koefisien Korelasi Ganda.....	61



## DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 4. 1 Nilai Tolerance dan VIF</i> .....	56
<i>Gambar 4. 2 Klasifikasi Nilai Durbin-Watson</i> .....	57
<i>Gambar 4. 3 Grafik Pedeteksian Heterokedastisitas</i> .....	59
<i>Gambar 4. 4 Grafik Pedeteksian Normalitas</i> .....	60