

TESIS

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DENGAN MENGGUNAKAN
PENDEKATAN *MARKETING MIX* TERHADAP PENINGKATAN
OMZET PENJUALAN YANG DI MEDIASI OLEH KEPUTUSAN
PEMBELIAN (STUDI KASUS ROKOK SURYA 16 DI
KECAMATAN SUKARAMI KOTA PALEMBANG)**

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Magister Manajemen



Oleh :

Zumrowi Zazili

NPM. 2022501030

UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

PROGRAM MAGISTER

PALEMBANG

2024



FM-PM-09.5/05

FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM MAGISTER

PENGESAHAN TESIS

JUDUL TESIS

Analisis Perilaku Konsumen Dengan Menggunakan Pendekatan *Marketing Mix* Terhadap Peningkatan Omzet Penjualan Yang Di Mediasi Oleh Keputusan Pembelian (Studi Kasus Rokok Surya 16 di Kecamatan Sukarami Kota Palembang)

Nama Mahasiswa : Zumrowi Zazili
NPM : 2022501030
Program Studi : Manajemen Program Magister
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah Diuji Dalam Sidang Tesis
Pada Tanggal 5 Juli 2024

No	Komisi Penguji Sidang Tesis,	Tanda Tangan
01	Dr. Muhammad Wadud, S.E., M.Si.,CF., CDM., CMarcom. NIDN. 0007077501Ketua Komisi Penguji / Pembimbing Utama	
02	Dr. Hj. Luis Marnisah., MM,CLMA,CIQnR NIDN. 0005096301 Anggota Komisi Penguji I	
03	Dr. Tien Yustini.,M.Si, CIRR.,CLMA NIDN. 0228047001 Anggota Komisi Penguji II	

Disetujui oleh;
Dekan Fakultas Ekonomi,
FAKULTAS EKONOMI

Budi Setiawan, SE., MM., Ph.D
NIDN. 0208048701

Diketahui oleh;
Ketua Program Studi Manajemen
Program Magister,

Dr. Muhammad Wadud, S.E., M.Si., CF.,
CDM., CMarcom.
NIDN. 0007077501



FM-PM-09.5/05




FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM MAGISTER

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS

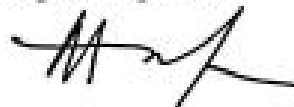
Tesis ini diajukan oleh,
Judul : Analisis Perilaku Konsumen Dengan Menggunakan Pendekatan *Marketing Mix* Terhadap Peningkatan Omzet Penjualan Yang Di Mediasi Oleh Keputusan Pembelian (Studi Kasus Rokok Surya 16 di Kecamatan Sukarami Kota Palembang)
Nama Mahasiswa : Zumrowi Zazili
NPM : 2022501030
Program Studi : Manajemen Program Magister

Telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Sidang Tesis, dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Manajemen Program Magister Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri.

Komisi Penguji Sidang Tesis,

Ketua Komisi Penguji / Pembimbing Utama,	 Dr. Muhammad Wadud, S.E., M.Si., CF., CDM., CMarcom. NIDN. 0007077501
Anggota Komisi Penguji I	 Dr. Hj. Luis Marnisah, MM,CLMA,CIQnR NIDN. 0005096301
Anggota Komisi Penguji II	 Dr. Tien Yustini, M.Si, CIRR.,CLMA NIDN. 0228047001

Disahkan oleh:

Ketua Program Studi Manajemen Program Magister,  Dr. Muhammad Wadud, S.E., M.Si., CF., CDM., CMarcom. NIDN. 0007077501	Dekan Fakultas Ekonomi, FAKULTAS EKONOMI  Budi Setiawan, SE., MM., Ph.D NIDN. 0208048701
---	--



FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM MAGISTER

PERSETUJUAN PERBAIKAN TESIS

JUDUL TESIS

Analisis Perilaku Konsumen Dengan Menggunakan Pendekatan *Marketing Mix* Terhadap Peningkatan Omzet Penjualan Yang Di Mediasi Oleh Keputusan Pembelian (Studi Kasus Rokok Surya 16 di Kecamatan Sukarami Kota Palembang)

Nama Mahasiswa : Zumrowi Zazili
NPM : 2022501030
Program Studi : Manajemen Program Magister
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah Memenuhi Kriteria Dan Disetujui Perbaikan Tesis

Palembang, 14 / 08 / 2024

**Ketua Komisi Penguji/
Pembimbing,**

**Dr. Muhammad Wadud, S.E., M.Si., CF., CDM., CMarcom.
NIDN. 0007077501**

Anggota Komisi Penguji I,

**Dr. Hj. Luis Marnisah., MM, CLMA,
CIQnR
NIDN. 0005096301**

Palembang, 14 / 08 / 2024

Dekan Fakultas Ekonomi,

FAKULTAS EKONOMI

**Budi Setiawan, SE., MM., Ph.D
NIDN. 0208048701**

Anggota Komisi Penguji II,

**Dr. Tien Yustini., M.Si, CIBR., CLMA
NIDN. 0218047001**

Palembang, 14 / 08 / 2024

**Ketua Program Studi Manajemen Program
Magister,**

**Dr. Muhammad Wadud, S.E., M.Si., CF.,
CDM., CMarcom.
NIDN. 0007077501**

PERNYATAAN BUKAN PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini;

Nama lengkap : Zumrowi Zazili, SE

NPM : 2022501030

Dengan ini menyatakan bahwa sesungguhnya tesis saya yang berjudul :

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DENGAN MENGGUNAKAN
PENDEKATAN *MARKETING MIX* TERHADAP PENINGKATAN OMZET
PENJUALAN YANG DI MEDIASI OLEH KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI
KASUS ROKOK SURYA 16 DI KECAMATAN SUKARAMI KOTA
PALEMBANG)**

Tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi lain dan benar-benar hasil penelitian saya, sesuai kode etik akademik penulisan ilmiah. Pengutipan hasil penelitian orang lain atau penggunaan teori penelitian, saya selalu disebutkan sumber kutipan yang bersangkutan. Jika saya melakukan *plagiarisme* dan melanggar pernyataan tersebut, maka saya bersedia dikenakan sanksi akademik yang berlaku di Universitas Indo Global Mandiri Palembang.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dan saya tanda tangani secara sadar dan sebenarnya, untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, 19 Agustus 2024

Yang Membuat Pernyataan


METERAI
TEMPEL
UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI
PALEMBANG
NPM. 2022501030

**DEKLARASI HAK CIPTA TESIS
DAN PERSEMBAHAN LICENSI TERBATAS
KEPADA PROGRAM MAGISTER EKONOMI MANAJEMEN
UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI PALEMBANG**

DEKLARASI HAK CIPTA KEKAYAAN INTELEKTUAL

Dengan ini, saya selaku penulis dan pemilik hak cipta kekayaan intelektual berupa tesis yang berjudul;

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DENGAN MENGGUNAKAN
PENDEKATAN *MARKETING MIX* TERHADAP PENINGKATAN
OMZET PENJUALAN YANG DI MEDIASI OLEH KEPUTUSAN
PEMBELIAN (STUDI KASUS ROKOK SURYA 16 DI KECAMATAN
SUKARAMI KOTA PALEMBANG)**

Manajemen Program Magister Universitas Indo Global Mandiri Palembang; untuk menyimpan pada perpustakaan, menggandakan dan mensitasi untuk kepentingan penelitian ilmiah.

Demikianlah deklarasi ini dibuat dengan sesungguhnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, 19 Agustus 2024
Yang Mendeklarasikan


METERAI
TEMPIL
9ALX249417984
**Zumrowi/Zazili, SE
NPM. 2022501030**

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran ALLAH SWT, atas berkat rahmat-nya saya dapat menyelesaikan penulisan tesis dengan judul “Analisis Perilaku Konsumen Dengan Menggunakan Pendekatan *Marketing MIX* Terhadap Peningkatan Omzet Penjualan yang Dimediasi oleh Keputusan Pembelian (Studi Kasus Rokok Surya 16 di Kecamatan Sukarami Kota Palembang)” dengan lancar dan tepat pada waktunya.

Dengan penyusunan tesis ini, penulis banyak mendapat bantuan, bimbingan saran serta motivasi dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung, Untuk itulah penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. M. Fadhiel Alie, S. Kom.,B.I.T.,M.T.I selaku Ketua Yayasan Universitas Indo Global Mandiri Palembang.
2. H. Marzuki Alie, S.E.,M.M., Phd selaku Rektor Universitas Indo Global Mandiri Palembang.
3. Budi Setiawan, SE., M.M., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri Palembang.
4. Dr. Muhammad Wadud, S.E, M.Si., CF., CDM., CMarcom selaku Ketua Program Studi Ekonomi Manajemen Program Magister Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri Palembang dan juga Selaku Dosen Pembimbing.

5. Dosen-dosen Program Studi Manajemen Program Magister Universitas Indo Global Mandiri Palembang yaitu Bapak Dr. Juhaini Alie, M.M., Ibu Dr. Hj. Tien Yustini, M.Si., Ibu Hj. Luis Marnisah, SE., M.M., Bapak Dr. H. Harsi Romli, SE., M.M., Ak., CA., Bapak Dr. Jefirstson R. Riwu Kore, M.M., dan Bapak Dr. Herri Setiawan, M.Kom., yang selama ini mendidik dan memberikan ilmunya kepada penulis.
6. Bapak-bapak, Ibu-ibu staf dan para pegawai Program Studi Ekonomi Manajemen Program Magister Universitas Indo Global Mandiri yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
7. Keluarga tercinta, sumber semangat penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
8. Semua pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang turut membantu penulis sehingga bisa menyelesaikan penyusunan tesis ini.

Semoga Allah SWT mencurahkan rahmat-Nya dan memberikan balasan kebaikan atas segala jasa dan amal baik beliau-beliau tersebut di atas.

Dalam penyusunan tesis ini penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam Tesis ini, baik dari segi penulisan maupun materi. Untuk itulah penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak. Akhir kata penulis berharap semoga Tesis ini dapat bermanfaat dalam menambah ilmu dan wawasan bagi kita semua.

Palembang, 19 Agustus 2024

(Zumrowi Zazili)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *marketing mix* terhadap peningkatan omzet penjualan yang dimediasi oleh keputusan pembelian konsumen pada rokok surya 16 di Kecamatan Sukarami Kota Palembang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Jumlah populasi sebanyak 26.241 responden dengan batas toleransi sebesar 10% yang dihitung dengan rumus slovin maka diperoleh sampel sebanyak 124 responden dengan teknik pengumpulan sampel menggunakan *random sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden yaitu perokok surya 16 di Kecamatan Sukarami Kota Palembang. Dalam penelitian ini, alat analisis data yang digunakan adalah menggunakan *software SPSS for Windows 27*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda dilaksanakan demi mengetahui pengaruh variabel independen (bebas) pada variabel dependen (terikat). Model regresi linear berganda digunakan untuk menyatakan bentuk hubungan linear apabila variabel independennya dua ataupun lebih dengan variabel dependennya, Wibowo (2012: 126), Dari hasil nilai koefisien regresi variabel *significansi Product* (0.005), *Price* (0,017), *Place*(0.000) maka ketiga variabel $< 0,05$, maka kesimpulannya *product, price, place* berpengaruh terhadap peningkatan omzet penjualan yang dimediasi keputusan pembelian, Sedangkan hasil nilai koefisien regresi variabel *significansi Promotion* (0,425) $> 0,05$ maka *Promotion* tidak berpengaruh terhadap peningkatan omzet penjualan yang di mediasi keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan maka F_{hitung} di peroleh sebesar 22,117 $> F_{tabel}$ 2,46 sehingga menunjukkan bahwa *Product, Price, Place* dan *Promotion* berpengaruh terhadap peningkatan omzet penjualan yang dimediasi oleh keputusan pembelian rokok Surya 16 di Kecamatan Sukarami Kota Palembang.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Product, Price, Place, Promotion & Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of the marketing mix on increasing sales turnover mediated by consumer purchasing decisions for Surya 16 cigarettes in Sukarami District, Palembang City. This research uses a quantitative approach. The total population was 26,241 respondents with a tolerance limit of 10% calculated using the Slovin formula, so a sample of 124 respondents was obtained with a sample collection technique using random sampling. Data collection was carried out by giving a list of questions to respondents, namely 16 solar smokers in Sukarami District, Palembang City. In this research, the data analysis tool used is SPSS for Windows 27 software. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis technique. Multiple linear regression analysis was carried out to determine the effect of the independent (free) variable on the dependent (dependent) variable. The multiple linear regression model is used to express the form of a linear relationship if there are two or more independent variables with the dependent variable, Wibowo (2012:126). variable < 0.05 , so the conclusion is that product, price, place have an effect on increasing sales turnover mediated by purchasing decisions, while the regression coefficient value of the significant variable Promotion (0.425) is > 0.05 , so Promotion has no effect on increasing sales turnover mediated by purchasing decisions. Meanwhile, simultaneously, Fcount was obtained at $22.117 > Ftable 2.46$, thus showing that Product, Price, Place and Promotion had an effect on increasing sales turnover which was mediated by the decision to purchase Surya 16 cigarettes in Sukarami District, Palembang City.

Keywords: Marketing Mix, Product, Price, Place, Promotion & Purchasing Decisions

PERSEMBAHAN

Tesis ini saya persembahkan kepada

- ❖ Allah SWT yang telah memberikan jalan, kemudahan, serta kesempatan kepada saya HambaNya yang lemah dan tiada daya upaya ini agar dapat bekerja serta kuliah dan dapat menyelesaikan perkuliahan tepat pada waktunya.
- ❖ Ayah saya Bapak Nawawi Tolip dan Ibu saya Khodijah yang selalu sabar memberikan motivasi kepada saya.
- ❖ Istri saya Ibu Ratih Dwina Agung yang selalu sabar memberikan motivasi dan semangat kepada saya.
- ❖ Bapak Dr. Muhammad Wadud, S.E, M.Si., CF., CDM., CMarcom selaku pembimbing utama dalam proses penelitian dan penyusunan tesis ini.
- ❖ Bapak Dr. H. Juhaini Alie, SH. MM, H. Marzuki Alie, SE. MM, Ph.D, Ibu Dr. Luis Marnisah, M.M, Ibu Dr. Tien Yustini, S.E., M. Si, Bapak/Ibu dosen di Program Studi Magister Manajemen UIGM Palembang.
- ❖ Almamaterku

MOTTO

Man Jadda (Barang siapa yang bersungguh-sungguh, ia akan mencapai tujuannya) Wajada

- ❖ Kuatkan tekad, jangan mengenal kata menyerah
- ❖ Bertekunlah seperti air yang mengikis batu, tanpa henti dan penuh ketekunan.
- ❖ Jadikanlah sabar dan ikhlas sebagai kekuatan hidupmu

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS.....	ii
LEMBAR PERBAIKAN TESIS.....	iii
PERNYATAAN BUKAN PLAGIARISME.....	iv
DEKLARASI HAK CIPTA.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	x
HALAMAN MOTO.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB. I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	13
1.3. Perumusan Masalah.....	14
1.4. Tujuan Penelitian.....	15
1.5. Manfaat Penelitian.....	15
1.5.1 Manfaat Praktis.....	15
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	15
BAB. II. KAJIAN PUSTAKA.....	43
2.1. Landasan Teori.....	43
2.2. Penelitian Terdahulu.....	53
2.3. Kerangka Pemikiran Penelitian.....	61
2.4. Hipotesis.....	67

BAB. III. METODOLOGI PENELITIAN.....	69
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	69
3.2. Populasi dan Sampel.....	69
3.2.1. Populasi Penelitian.....	69
3.2.2. Sampel Penelitian.....	70
3.3. Jenis Data dan Sumber Data Penelitian.....	72
3.4.1. Jenis Data.....	72
3.4.2. Sumber Data.....	73
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	74
3.5. Definisi Operasional Variabel.....	76
3.6. Rencana Analisis Data.....	79
3.7. Rencana Pengujian Hipotesis.....	80
3.7.1. Uji Asumsi Klasik.....	81
3.7.1.1 Uji Normalitas.....	81
3.7.1.2 Uji Multikolinearitas.....	81
3.7.1.3 Uji Heteroskedastisitas.....	83
3.7.1.4 Uji Autokorelasi.....	83
3.7.2. Rancangan Analisis Regresi.....	84
3.7.2.1 Regresi Linier Berganda.....	84
3.7.2.2 Koefisien Korelasi(R).....	85
3.7.2.3 Koefisien Determinasi(R ²).....	86
3.8. Rencana Uji Hipotesis.....	86
BAB. IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	89
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	89
4.2. Karakteristik Responden.....	90
4.2.1 Ciri-ciri Menurut Umur.....	91
4.2.2 Ciri-ciri Menurut Gender.....	91
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	92
4.2.4 Karakteristik Berdasarkan Lama Merokok.....	93
4.3. Uji Instrumen Penelitian.....	94
4.3.1 Uji Validitas.....	94
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	99
4.4. Uji Asumsi Klasik.....	100
4.4.1 Hasil Uji Normalitas.....	100
4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	102
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	103
4.4.3 Hasil Uji Linearitas.....	104
4.5. Uji Hipotesis.....	105
4.5.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	105
4.5.2 Koefisien Determinasi(R ²).....	115
4.5.3 Pengujian Secara Bersamaan (Uji F).....	116
4.5.3 Pengujian Secara Individual (Uji t).....	117
4.6. Analisis dan Pembahasan.....	119

BAB. V. PENUTUP.....	123
5.1. Kesimpulan.....	123
5.2. Saran.....	124
5.3. Implikasi Manajerial.....	124
Daftar Pustaka.....	126
Data Lampiran.....	130
1. Kartu Bimbingan.....	130
2. Surat Izin Penelitian dari Fakultas.....	131
3. Surat Balasan Izin Penelitian dari Perusahaan.....	132
4. Kuesioner.....	133
5. Hasil Kuesioner.....	137
6. Hasil SPSS.....	138
7. Riwayat Hidup.....	145

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Cukai Tembakau Rokok	4
Gambar 1. 2 Sumber: Data Nielsen, 2023	5
Gambar 1. 3 Sumber: Data Nielsen TOP Brand Gainers, 2023	7
Gambar 1. 4 Sumber: Data Trend Market Tier, 2023	7
Gambar 1. 5 Sumber: Data PT. Surya Madistrindo Palembang, 2023	8
Gambar 2. 1 Sumber: Kerangka Pemikiran	61
Gambar 2. 2 Sumber: Kerangka Pemikiran	66
Gambar 4. 1 Histogram Variabel Dependen Peningkatan Omzet Penjualan ...	109
Gambar 4. 2 Regression Standardized Predicted Value	112

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	53
Tabel3.1Tabel Skor Likert.....	75
Tabel4.1KelompokResponden Usia.....	Berdasarkan 99
Tabel 4. 2 Kelompok Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	100
Tabel 4. 3 Kelompok Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	100
Tabel 4. 4 Kelompok Responden Berdasarkan Lama Merokok.....	101
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Product (P1).....	102
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Price (P2).....	103
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Place (P3).....	104
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Promotion (4P).....	104
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (KeP).....	105
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Peningkatan omzet penjualan (PoP).....	106
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas Variabel.....	107
Tabel 4. 12 Kolinearitas Statistik Variabel Peningkatan Omzet Penjualan.....	110
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Linearitas.....	113
Tabel 4. 14 Hasil uji hipotesis Product (P1).....	114
Tabel 4. 15 Hasil Uji <i>Hipotesis Price</i> (P2).....	115
Tabel 4. 16 Hasil Uji Hipotesis Place (P3).....	116
Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis Promotion (P4).....	117

Tabel 4. 18 Hasil uji hipotesis Keputusan Pembelian (KeP).....	118
Tabel 4. 19 Hasil Uji Hipotesis Persamaan Regresi Berganda.....	119
Tabel 4. 20 Hasil Uji Analisis Data Koefisien Determinasi (R2).....	123
Tabel 4. 21 Hasil Uji Analisis Pengujian Secara Bersamaan (Uji F).....	124
Tabel 4. 22 Hasil Uji Hipotesis Persamaan Regresi Berganda.....	125

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran.1 Kartu Bimbingan	130
Lampiran 2. Surat izin dari Fakultas.....	131
Lampiran 3. Surat Balasan Izin dari Perusahaan	132
Lampiran 4. Kuesioner.....	133
Lampiran 5 Hasil Uji SPSS versi 27.....	138
Lampiran 6 Biodata Peneliti.....	145