

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan diajukan pada Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Ini sepenuhnya asli merupakan hasil karya tulis ilmiah saya pribadi.

Adapun tulisan maupun pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya sebutkan kutipannya secara jelas dan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dibidang penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiarisme atau mencontek karya tulis orang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang saya terima atau sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 28 Desember 2021

Lia Apriliani
Nim.171410011

ABSTRAK

Nama: Lia Apriliani, NIM: 171410011, Judul Skripsi: *Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran 4C Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk di Toko Sepatu Daerah Cilegon.*

Latar belakang penelitian ini adalah konsumen berperan penting dalam kemajuan bisnis, oleh karena itu perlu dilakukan riset bauran pemasaran dari sisi konsumen.

Perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Bagaimana Pengaruh 4C (*Consumer Solution, Cost, Convenience* dan *Communication*) secara parsial maupun simultan terhadap Keputusan Pembelian Produk di Toko Sepatu Daerah Cilegon? Tujuan dari penelitian ini yaitu Menganalisis pengaruh 4C secara parsial maupun simultan terhadap Keputusan Pembelian Produk di Toko Sepatu Daerah Cilegon.

Penelitian ini menggunakan Model Analisis Regresi Berganda, Uji Asumsi Klasik, Uji validitas dan Reliabilitas. Pengujian hipotesis dengan menggunakan Uji T dan Uji F karena diduga ada pengaruh yang signifikan antara bauran pemasaran 4C terhadap Keputusan Pembelian, dan Uji Koefisien Determinasi.

Kesimpulannya, pengujian hipotesis pada *Cost* nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1.270 > 0.68443$), *Cost* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengujian hipotesis pada *Convenience* nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($0.747 > 0.68443$), *Convenience* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengujian hipotesis pada *Consumer Solution* nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.359 > 0.68443$), *Consumer Solution* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengujian hipotesis pada *Communication* nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1.397 > 0.68443$), *Communication* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian pada uji f nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($15.568 > 2.74$), hal ini menunjukkan bahwa variabel 4C secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Setelah dilakukan analisis statistik didapat persamaan regresi berganda $Y = 1.659 + 0.371 - 0.167 + 0.331$. Nilai koefisien determinasi sebesar 0.668, hal tersebut menunjukkan bahwa sebesar 66.8% variabel 4C mempengaruhi keputusan pembelian. Kata Kunci: *Cost, Convenience, Consumer Solution, Communication, Keputusan Pembelian.*

ABSTRACT

Name: Lia Apriliani, NIM: 171410011, Thesis Title: The Effect of 4C Marketing Mix Factors on Consumer Behavior in Buying Products at Shoe Stores in Cilegon Region.

The background of this research is that consumers play an important role in business progress, therefore it is necessary to research the marketing mix from the consumer.

The formulation of the problem in this study, namely How is the influence of the Consumer Solution, Cost, Convenience and Communication partially or simultaneously on the product purchase decision at the Cilegon Shoe Store? The purposes of this study are to analyze the effect of 4C partially or simultaneously on Product Purchase Decisions at Shoe Stores in the Cilegon Region.

This research uses Multiple Regression Analysis Model, Classical Assumption Test, Validity and Reliability Test. Testing the hypothesis using the T test and F test because it is suspected that there is a significant influence between the 4C marketing mix on Purchase Decisions, and the Coefficient of Determination Test.

In conclusion, testing the hypothesis on the Cost value of count > table (1.270 > 0.68443), Cost partially has a significant effect on purchasing decisions. Testing the hypothesis on the Convenience value of count > table (0.747 > 0.68443), Convenience partially has a significant effect on purchasing decisions. Hypothesis testing on the Consumer Solution value of count > table (2.359 > 0.68443), Consumer Solution partially has a significant effect on purchasing decisions. Hypothesis testing on the Communication value of count > table (1,397 > 0.68443), this means that Communication partially has a significant effect on purchasing decisions. Then in the f test, the results of the f value calculated > f table (15.568 > 2.74), this indicates that 4C simultaneously affect the purchase decision. After statistical analysis, it was found that the multiple regression equation $Y = 1.659 + 0371 - 0.167 + 0.331$. The value of the coefficient of determination is 0.668, it shows that 66.8% of the variables 4C affect purchasing decisions. Keywords: Cost, Convenience, Consumer Solution, Communication, Purchase Decision



**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN**

Jl. Jenderal Sudirman No. 30 Serang 42118 Telp. 0254-2003323 Fax. 0254-200022

Nomor : **Nota Dinas** Kepada Yth,
Lampiran : 1 (satu) eksemplar **Dekan** Fakultas Ekonomi
Hal : **Usulan Munaqasyah** Dan Bisnis Islam
a.n. Lia Apriliani **UIN SMH Banten**
NIM. 171410011 di –
Serang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dipermauklumkan dengan hormat bahwa setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi Saudari **Lia Apriliani**, NIM: **171410011**, Judul Skripsi: **Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran 4C Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Di Toko Sepatu Daerah Cilegon**, diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi Ujian Munaqasyah pada Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Maka kami ajukan skripsi ini dengan harapan dapat segera di munaqasyahkan.

Demikian, atas perhatian Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Dr. H. Efi Syarifudin, M.M
NIP. 197803142005011005

Serang, 27 Oktober 2021
Pembimbing II

Moch. Indrajit Roy, M.M.
NIP. 198011292015031001

PERSETUJUAN

**PENGARUH FAKTOR BAURAN PEMASARAN 4C
TERHADAP PERILAKU KONSUMEN
DALAM MEMBELI PRODUK
DI TOKO SEPATU DAERAH CILEGON**

Oleh:

LIA APRILIANI
NIM : 171410011

Menyetujui,

Pembimbing I



Dr. H. Efi Syarifudin, M.M.
NIP. 197803142005011005

Pembimbing II



Moch. Indrajit Roy, M.M.
NIP. 198011292015031001

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam**



Dr. Hj. Nihayatul Masykurah, M.SI.
NIP. 196402121991032003

**Ketua Jurusan
Ekonomi Syariah**



Hj. Mukhlisotul Jannah, M.M., M.Ak.
NIP. 197408222005012003

PENGESAHAN

Skripsi a.n Lia Apriliani, NIM: 171410011, yang berjudul: **Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran 4C Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Di Toko Sepatu Daerah Cilegon**, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tanggal 28 Desember 2021, skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syari'ah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Serang, 28 Desember 2021

Sidang Munaqasyah

Ketua Merangkap Anggota



Dr. Budi Sudrajat, M.A.
NIP. 197403072002121004

Sekretaris Merangkap Anggota



Farhan Firdaus, S.Hum., M.Pd.
NIP. 199103302020121003

Anggota-Anggota,

Penguji I



Hj. Mukhlisotul Jannah, M.M., M.Ak.
NIP. 197408222005012003

Penguji II



Zenno Noeralamsyah, M.E.I.
NIP. 198404172018011001

Pembimbing I



Dr. H. Efi Syarifudin, M.M.
NIP. 197803142005011005

Pembimbing II



Moch. Indrajit Roy, M.M.
NIP. 198011292015031001

PERSEMBAHAN

*Yang paling utama dari segalanya...
Sembah sujudku dan rasa syukur kupanjatkan kehadiran Allah
SWT, Ridho-Mu kepada hambamu ini telah banyak
memberikanku karunia ilmu yang berkah. Atas Ridho serta
kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi ini dapat
terselesaikan. Shalawat serta salam selalu tercurah limpahkan
kepada Baginda Nabi Muhammad SAW.*

*Kupersembahkan karya kecil ini kepada yang terkasih dan
tersayang.*

Bapak dan Mama Tercinta

*Sebagai tanda rasa terima kasih yang tiada terhingga
kupersembahkan karya kecil ini kepada Bapak Syahrul dan Ibu
Ruminah kalian orang tua terhebat di dunia yang telah
memberikan cinta, kasih sayang, dan keridhoan disetiap jalan
hidupku yang tiada terhingga yang tidak akan sanggup ku balas
oleh apapun. Tanpa Bapak dan Mama aku bukan siapa-siapa dan
aku tidak bisa sampai di titik ini. Aku hanya bisa menmanjatkan
doa yang tulus kepada Allah SWT, Ampunilah dosa-dosa kedua
orang tuaku, berilah kasih sayang pada mereka sebagaimana
mereka telah mengasihiku di waktu kecil, berikan kebagaiaan
yang belum pernah aku berikan Ya Allah Aamiin..*

Tersayang

*Keluarga besar yang selalu mendukung dalam setiap keadaan,
mendoakan yang terbaik, serta kehangatan yang selalu
diberikan. Dhani Ibrahim, A.Md., selaku partner saya yang telah
membantu memberikan dukungan dan memberi motivasi untuk
saya. Sahabat-sahabat saya yang bernama Muflihah, Siti
Badriah, Dita Sartika, Karleni Welia Rizki, Siti Nina Nurjanah,
Marliana Prinanti, Rifo Angraeni, Fuji Novianti, Mila Syaffana
yang telah memberikan dukungan dan teman-teman
seperjuangan yang tak bisa saya sebutkan satu persatu yang
selalu saling memberikan dukungan dan motivasi.*

MOTTO

“Seseorang yang putus asa melihat kesulitan dalam setiap kesempatan, tetapi orang yang optimis melihat peluang dalam setiap kesulitan.”

~ Ali Bin Abi Thalib ~

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Lia Apriliani, lahir di Cilegon 28 April 1999 anak pertama dari dua bersaudara, dari orang tua bernama Syahrul dan Ruminah.

Pendidikan yang telah ditempuh SDN Kebon Sari 1 Kota Cilegon lulus Tahun 2011, MTSN Ciwandan Kota Cilegon lulus Tahun 2014, MAN 1 Kota Cilegon lulus Tahun 2017, kemudian melanjutkan studi di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Ungkapan puji dan syukur kehadirat Allah SWT, atas karunia dan rahmatnya bagi kita kaum muslimin yang masih diberikan nikmat sehat wal'afiat. Shalawat serta salam selalu turunkan limpahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, yang merupakan Suri Tauladan bagi umat islam hingga akhir zaman.

Alhamdulillah dengan kemudahan yang diberikan oleh Allah SWT, dan dengan usaha yang sungguh-sungguh akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran 4C Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Di Toko Sepatu Daerah Cilegon”**.

Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. H. Wawan Wahyudin, M.Pd., Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

2. Ibu Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.SI., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
3. Ibu Hj. Mukhlisotul Jannah, M.M., M.Ak., Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
4. Bapak Dr. H. Efi Syarifudin, M.M., Dosen Pembimbing I dan Bapak Mochammad Indrajit Roy, M.M., Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan bimbingan serta saran-saran dari awal penyusunan skripsi ini hingga selesai dengan tepat waktu.
5. Bapak Dr. Budi Sudrajat, M.A., ketua merangkap anggota dan Bapak Farhan Firdaus, S. Hum., M.Pd., sekretaris merangkap anggota yang telah bersedia menguji serta memberikan masukan dan saran-saran dalam perbaikan skripsi ini.
6. Ibu Hj. Mukhlisotul Jannah, M.M., M.Ak., Penguji I dan Bapak Zenno Noeralamsyah, M.E.I, Penguji II yang telah

bersedia menguji serta memberikan masukan dan saran-saran dalam penyusunan skripsi ini.

7. Bapak/Ibu seluruh Dosen, staff, dan pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penulisan skripsi ini.

Mengingat penulis masih dalam proses tahap belajar, maka untuk itu penulis mohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, sehingga penulis sangat membutuhkan kritik serta saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Serang, 28 Desember 2021

Penulis,

Lia Apriliani
NIM. 171410011

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
NOTA DINAS	vi
PERSETUJUAN	vi
PENGESAHAN	vii
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	x
RIWAYAT HIDUP	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABELxixx
DAFTAR GAMBAR	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Perumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Manfaat/ Signifikansi Penelitian.....	9
G. Kerangka Pemikiran.....	11
H. Hipotesis Penelitian.....	12

BAB II KAJIAN TEORITIS	14
A. Pemasaran.....	14
B. Bauran Pemasaran.....	15
C. Bauran Pemasaran 4C.....	16
1. <i>Cost</i> (Biaya).....	18
2. <i>Consumer Solution</i> (Keinginan dan Kebutuhan Konsumen).....	19
3. <i>Convenience</i> (Kenyamanan).....	20
4. <i>Communication</i> (Komunikasi).....	21
D. Perilaku Konsumen.....	22
1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	22
2. Karakteristik Konsumen.....	25
E. Keputusan Pembelian.....	32
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	32
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	34
F. Bauran Pemasaran 4C Dalam Perspektif Syari'ah....	37
G. Peneliti Terdahulu yang Relevan.....	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	49
B. Metode Penelitian.....	49
C. Populasi dan Sampel.....	50
D. Teknik Pengumpulan Data.....	51
E. Jenis dan Sumber Data.....	58

F. Identifikasi Variabel.....	59
G. Definisi Operasional Variabel.....	60
H. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	65
I. Pengujian Asumsi Klasik.....	67
J. Model Analisis Data.....	70
K. Pengujian Hipotesis.....	72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	76
A. Hasil Penelitian.....	76
1. Karakteristik Responden.....	76
2. Teknik Analisis Data.....	77
a. Uji Validitas.....	77
b. Uji Reliabilitas.....	80
c. Uji Normalitas.....	82
d. Uji Heteroskedastisitas.....	85
e. Uji Multikolinearitas.....	86
f. Uji Lineraritas.....	88
g. Analisis Regresi Berganda.....	90
h. Uji T.....	93
i. Uji F.....	96
j. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	97
B. Pembahasan.....	99
1. Pengaruh <i>Cost</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	99
2. Pengaruh <i>Convenience</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	101

3. Pengaruh <i>Consumer Solution</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	103
4. Pengaruh <i>Communication</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	104
5. Pengaruh <i>Cost, Convenience, Consumer Solution</i> dan <i>Communication</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	106
BAB V PENUTUP	108
A. Kesimpulan.....	108
B. Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel. 2.1 Peneliti Terdahulu.....	43
Tabel. 3.1 Skala Likert.....	54
Tabel. 3.2 Kisi-kisi Angket Bauran Pemasaran 4C.....	54
Tabel. 3.3 Kisi-kisi Angket Keputusan Pembelian.....	57
Tabel. 3.4 Operasional Variabel.....	60
Tabel. 4.1 Jenis Kelamin.....	76
Tabel. 4.2 Usia Responden.....	76
Tabel. 4.3 Pekerjaan Responden.....	77
Tabel. 4.4 Uji Validitas Bauran Pemasaran 4C (X).....	78
Tabel. 4.5 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	80
Tabel. 4.6 Uji Reliabilitas Bauran Pemasaran 4C (X).....	81
Tabel. 4.7 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	82
Tabel. 4.8 Uji Normalitas Kolomogrov Sumirnov.....	84
Tabel. 4.9 Uji Heteroskedastisitas.....	85
Tabel. 4.10 Uji Multikolinearitas.....	87
Tabel. 4.11 Uji Linearitas.....	89
Tabel. 4.12 Uji Regresi Linier Berganda.....	90
Tabel. 4.13 Uji T.....	94
Tabel. 4.14 Uji F.....	97
Tabel. 4.15 Uji R.....	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	11
------------------------------------	----

