

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (7P) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION*
MENGUNAKAN METODE *PARTIAL LEAST SQUARE* (PLS)
DI. *OUTLET CHANG3.ID* KARAWANG**

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat

Memperoleh gelar Sarjana

Program Studi Teknik Industri

Oleh :

Radiansyah

NIM : 15416226201167



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH BAURAN PEMASARAN (7P) TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK FASHION MENGGUNAKAN METODE PARTIAL
LEAST SQUARE (PLS) DI OUTLET CHANG3.ID KARAWANG

*The Influence of (7P) Marketing Mix on Fashion Products Purchasing Decisions
Using The Partial Least Square (PLS) Method in. Outlet Chang3.id Karawang*

Tugas Akhir diajukan oleh :

Radiansyah

15416226201167

Program Studi Teknik Industri

Fakultas Teknik

Universitas Buana Perjuangan Karawang

Karawang, 07 Juli 2022

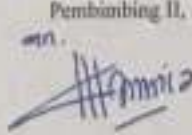
Menyetujui :

Pembimbing I,


Ir. Mahamad Sayuti, S.T., M.T., IPM

NIDN : 0419078903

Pembimbing II,


Akila Zahrotul Wathoni, S.Si., M.Si

NIDN : 0412068904

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH BAURAN PEMASARAN (7P) TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK FASHION MENGGUNAKAN METODE PARTIAL
LEAST SQUARE (PLS) DI OUTLET CHANG3.ID KARAWANG

*The Influence of (7P) Marketing Mix on Fashion Products Purchasing Decisions
Using The Partial Least Square (PLS) Method in. Outlet Chang3.id Karawang*

NIM : 15416226201167

Radiansyah

Tugas akhir ini telah diterima dan disahkan untuk memenuhi

Sebagian syarat memperoleh gelar sarjana pada

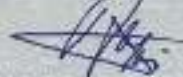
Program Studi Teknik Industri

Fakultas Teknik

Universitas Buana Perjuangan Karawang

Karawang, 07 Juli 2022

Penguji I,



Ir. Ade Suhara, S.T., M.M., IPM

NIDN : 0430066901

Penguji II,



Anisa Indah Pratiwi, S.T., M.T

NIDN : 0402109003

Mengetahui,

Dekan,



Ir. Ade Suhara, S.T., M.M., IPM

NIDN : 0430066901

Koordinator Program Studi,



Ir. Muhamad Sayek, S.T., M.T., IPM

NIDN : 0419078903

iii

LEMBAR PERNYATAAN

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Radiansyah
NIM : 15416226201167
Program Studi : Teknik Industri

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir dengan judul :

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (7P) TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *FASHION* MENGGUNAKAN METODE
PARTIAL LEAST SQUARE (PLS) DI. *OUTLET CHANG3.ID* KARAWANG**

Adalah hasil karya saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Karawang, 07 Juli 2022

Radiansyah

NIM : 15416226201167

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah hirobbil alamin puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala, yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya serta telah memberikan bimbingan dan petunjuk kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir yang berjudul **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN (7P) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION MENGGUNAKAN METODE *PARTIAL LEAST SQUARE* (PLS) DI. *OUTLET CHANG3.ID* KARAWANG”**. Tanpa karunia-Nya penulis tidak mampu menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini. Tugas Akhir ini penulis susun sebagai tanggung jawab penulis untuk melaksanakan kewajiban sebagai mahasiswa dan penulis menyadari terselesainya Tugas Akhir ini berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada beberapa pihak yang telah membantu penyelesaian penulisan Tugas Akhir ini. Ucapan terima kasih ini terutama penulis ucapkan kepada:

1. Bapak Prof. H. Dedi Mulyadi, S.E.,M.M., selaku Rektor Universitas Buana Perjuangan Karawang.
2. Bapak Ir.Ade Suhara, S.T.,M.M.,IPM., selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Buana Perjuangan Karawang.
3. Bapak Ir.Muhamad Sayuti, S.T.,M.T.,IPM., selaku koordinator Teknik Industri Universitas Buana Perjuangan Karawang.
4. Bapak Ir.Muhamad Sayuti, S.T.,M.T.,IPM., selaku Dosen pembimbing I yang telah membimbing dan memberikan arahan untuk membuat karya tulis yang baik dan benar.
5. Ibu Akda ZW, S.Si.,M.Si, selaku Dosen pembimbing II yang telah membimbing dan memberikan arahan untuk membuat karya tulis yang baik dan benar.
6. Ibu Sarah Mustika Sari, selaku Kakak saya yang selalu memberikan *support* kepada saya setiap harinya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini agar tepat waktu dan bisa memberikan manfaat bagi tempat penelitian maupun kepada pembaca.

7. Ibu Mila Amalia Firdaus, selaku pengelola *Outlet Chang3.id* yang telah memberikan masukan dan bekerjasama dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
8. Seluruh teman dan kerabat penulis, khususnya kerabat Mahasiswa dan Mahasiwi jurusan Teknik Industri angkatan 2015, yang telah memberikan dorongan moral kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Terimakasih atas doa dan dukungan dari seluruh pihak yang terlibat dalam penyusunan proposal tugas akhir ini, besar harapan saya semoga proposal tugas akhir ini sangat berguna bagi perkembangan khazanah keilmuan program studi Teknik Industri.



ABSTRAK

Chang3.id merupakan *Outlet* yang menjual produk *Fhasion* Pakaian. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh setiap variabel dalam strategi Bauran Pemasaran 7P (produk, harga, promosi, tempat, orang, proses dan bukti fisik) terhadap keputusan pembelian oleh konsumen *Chang3.id* baik secara bersama maupun individu. Hasil penelitian ini menyatakan ada dua variabel dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian Produk *Fhasion Chang3.id*, yaitu variabel Promosi (X3) dan Bukti Fisik (X7). Hal ini dinyatakan dalam hasil pengujian model yang persamaannya $0.731 Y = 1.742X_1 + 1.668X_2 + 5.381X_3 + 1.097X_4 + 0.594X_5 + 0.405X_6 + 2.468X_7$. Variabel yang paling dominan adalah variabel Promosi sebesar $5.381X_3$ dengan indikator Promosi Media sosial, *Influenser*, dan Personal selling.

Kata kunci : bauran pemasaran 7P, keputusan pembelian, pengaruh, PLS.

ABSTRACT

Chang3.id is an Outlet that sells Fashion Clothing products. The purpose of this study was to analyze the effect of each variable in the 7P Marketing Mix strategy (product, price, promotion, place, person, process and physical evidence) on the purchasing decisions of Chang3.id consumers both collectively and individually. The results of this study indicate that there are two dominant variables that influence the purchase decision of Chang3.id Fashion Products, namely the Promotion variable (X3) and Physical Evidence (X7). This is stated in the results of model testing whose equation is $0.731 Y = 1.742X1 + 1.668X2 + 5.381X3 + 1.097X4 + 0.594X5 + 0.405X6 + 2.468X7$. The most dominant variable is the Promotion variable of $5.381X3$ with indicators of Social Media Promotion, Influencer , and Personal selling.

Keywords: marketing mix 7P, purchase pecision, influence, PLS.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Batasan Masalah.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 <i>Fhasion</i>	6
2.2 Bauran Pemasaran 7P	7
2.3 Keputusan Pembelian	9
2.4 <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	10
2.4.1 Keunggulan dan Kelemahan <i>Partial Least Square</i> (PLS)	10
2.4.2 Tahapan <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	11

2.5 Penelitian Terdahulu	13
2.6 Kerangka Pemikiran	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	21
3.2 Populasi dan Sampel	21
3.3 Teknik Pengambilan Sampel	21
3.4 Jenis dan Sumber Data	22
3.5 Teknik Pengumpulan Data	23
3.6 Variabel dan Pengukuran Data	25
3.7 Pengajuan Kuesioner (Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen).....	27
3.8 Pengolahan Data	28
3.8.1 Langkah-langkah <i>Partial least Square</i> (PLS).....	29
3.9 Interpretasi Hasil.....	37
3.8 Desain Penelitian	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	39
4.2 Karakteristik Responden.....	39
4.3 Analisis Uji Instrument	41
4.3.1 Uji Validitas	41
4.3.2 Uji Reliabilitas	42
4.4 Uji <i>Partial Least Square</i> (PLS)	43
4.4.1 Uji <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran).....	43
4.4.1.1 <i>Convergen Validity</i>	43
4.4.1.2 <i>Diskriminan Validity</i>	45
4.4.1.3 <i>Composite Reability</i>	47
4.4.2 Uji <i>Inner Model</i> (Model Stuktual)	48

4.4.2.1 <i>R Square</i>	48
4.5 Konversi Diagram Jalur Kesistem Persamaan.....	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 3.1 Tahapan Pengujian Model Pls	29
Gambar 3.2 Diagram Jalur Penelitian	30
Gambar 3.3 Desain Penelitian	38
Gambar 4.1 Hasil <i>Loding Factor</i>	44
Gambar 4.2 Hasil korelasi antar konstruk dengan nilai akar kuadrat AVE ...	46
Gambar 4.3 Hasil Reliabilitas dan AVE	46
Gambar 4.4 Hasil <i>R-Square</i>	48
Gambar 4.5 Hasil Model Penelitian	56
Gambar 4.6 Hasil <i>Bootstrapping</i>	57



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Omset dan Profit Penjualan Tahun 2019	2
Tabel 1.2 Omset dan Penjualan Tahun Profit 2020	2
Tabel 1.3 Omset dan Profit Penjualan Tahun 2021	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu (lanjutan)	14
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu (lanjutan).....	15
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu (lanjutan).....	16
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu (lanjutan).....	17
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu (lanjutan).....	18
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu (lanjutan).....	19
Tabel 3.1 Variabel dan Indikator penelitian	25
Tabel 3.1 Variabel dan Indikator penelitian (lanjutan)	26
Tabel 3.1 Variabel dan Indikator penelitian (lanjutan)	27
Tabel 4.1 Hasil karakteristik Responden	40
Tabel 4.1 Hasil karakteristik Responden (lanjutan).....	41
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas.....	41
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas (lanjutan)	42
Tabel 4.3 Hasil Uji Reabilitas	42
Tabel 4.3 Hasil Uji Reabilitas (lanjutan).....	43
Tabel 4.4 Hasil <i>Loading Factor</i>	44
Tabel 4.4 Hasil <i>Loading Factor</i> (lanjutan)	45
Tabel 4.5 Hasil korelasi antar konstruk dengan nilai akar kuadrat AVE	46
Tabel 4.6 Hasil AVE	47
Tabel 4.7 Hasil <i>composite reability</i>	47
Tabel 4.8 Hasil <i>R-Square</i>	48
Tabel 4.9 Hasil <i>bootstrapping</i>	57

DAFTAR RUMUS

3.1 Rumus Slovin	22
3.2 Rumus Rumus Korelasi <i>Product Momen Pearson</i>	22
3.3 Rumus <i>Cronbanch Alpha</i>	28
3.4 Rumus <i>Inner model</i>	32
3.5 Rumus AVE.....	34
3.6 Rumus <i>Q-square</i>	35
3.7 Rumus thitung.....	35

