

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
DEALER MOKAS SEMERU MOTOR DI MASA PANDEMI**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi satu syarat untuk menyelesaikan
Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Oleh:

Muhammad Mahrus Sani

NIM: 1810411140

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2023**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Mahrus Sani

Nim : 1810411140

Program Studi : Ekonomi Manajemen

Menyatakan dengan sebenar - benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : “PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PADA PEMBELIAN DEALER MOKAS SEMERU MOTOR DI MASA PANDEMI” adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 27 Februari 2023

Yang menyatakan



Muhammad Mahrus Sani

NIM. 1810411140



**PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
DEALER MOKAS SEMERU MOTOR DI MASA PANDEMI**

Oleh: MUHAMMAD MAHRUS SANI
NIM. 1810411140

Pembimbing:

Dosen Pendamping Utama : Achmad Hasan Hafidzi SE.,MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Tatit Diansari Reskiputri, SE,MM

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul : “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dealer Moka Semeru Motor Di Masa Pandemi”, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Muhammad Mahrus Sani
NIM : 1810411140
Hari : Kamis
Tanggal : 13 April 2023
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji



Dr. Trias Setyowati, SH, SE, MM.

NIP: 1972032710509477

Anggota 1,

Anggota 2,



Achmad Hasan Hafidzi SE., MM

NIP: 1986051411703796



Tatit Diansari Reskiputri SE,MM

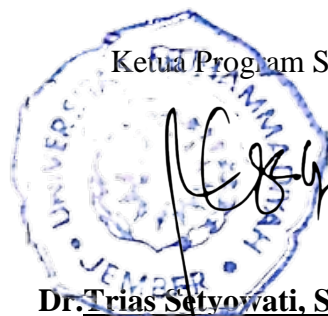
NIP : 1990032111703804

Mengesahkan:



Maheni Ika Sari, SE., MM

NIP : 19770812005012001



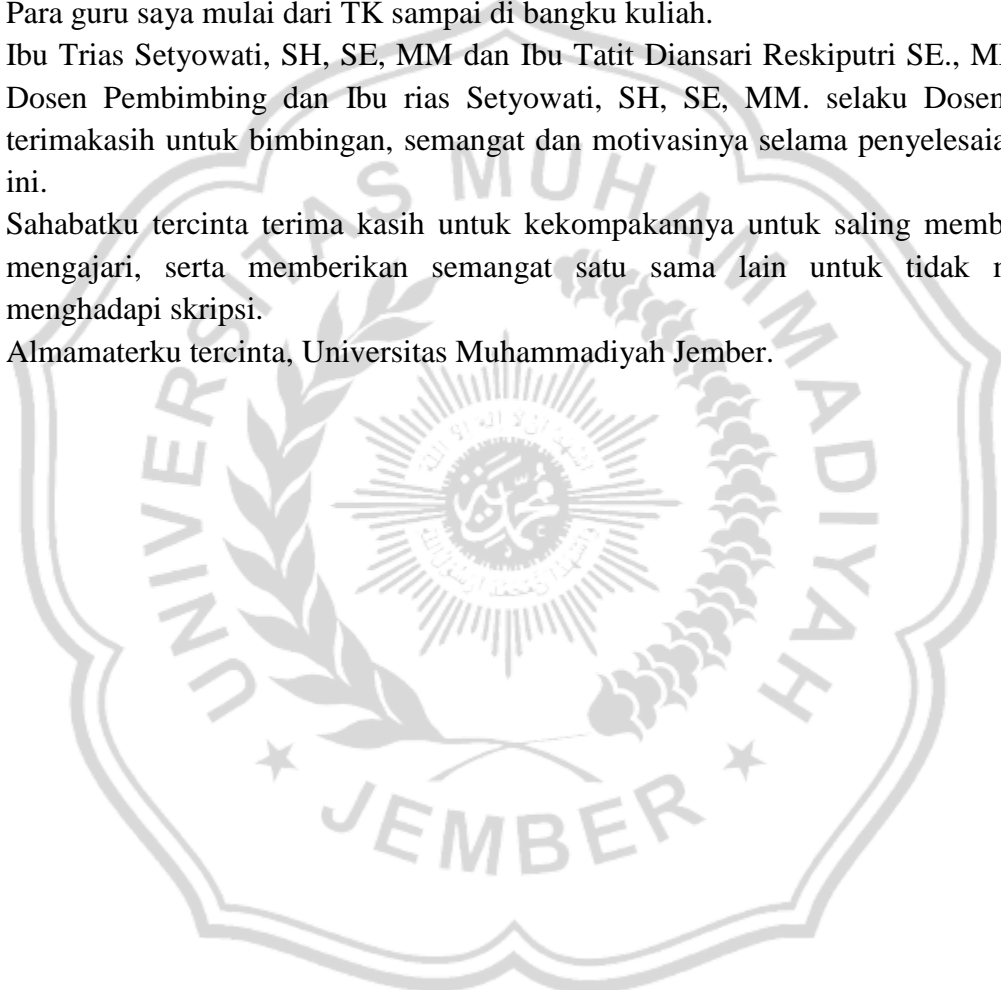
Dr. Trias Setyowati, SH, SE, MM.

NIP: 1972032710509477

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dengan hormat dipersembahkan kepada:

1. Kedua orang tua, kakakku dan seluruh keluarga sebagai penyemangat dan penasehat dalam hidup yang tak pernah berhenti mendoakan dan membimbing hingga mengantarku sampai kini. Terimakasih juga untuk motivasinya sebagai penguat dalam hidupku untuk tidak mengeluh dan tidak mudah putus asa.
2. Para guru saya mulai dari TK sampai di bangku kuliah.
3. Ibu Trias Setyowati, SH, SE, MM dan Ibu Tatit Diansari Reskiputri SE., MM selaku Dosen Pembimbing dan Ibu rias Setyowati, SH, SE, MM. selaku Dosen Penguji terimakasih untuk bimbingan, semangat dan motivasinya selama penyelesaian skripsi ini.
4. Sahabatku tercinta terima kasih untuk kekompakannya untuk saling membantu dan mengajari, serta memberikan semangat satu sama lain untuk tidak mengeluh menghadapi skripsi.
5. Almamaterku tercinta, Universitas Muhammadiyah Jember.



MOTTO

1. *“Dan bahwa seorang manusia tidak akan memperoleh sesuatu selain apa yang telah diusahakan sendiri” (QS. An-Najm: 39).*
2. *“Bekerjalah untuk akhiratmu seolah-olah kamu akan mati esok hari, dan bekerjalah untuk kehidupan duniamu seolah-olah kamu akan hidup selamanya” (Ali bin Abi Thalib).*
3. *“Jangan mengikuti kemana jalan akan berujung. Buat jalanmu sendiri dan tinggalkanlah jejak” (Ralph Waldo Emerson).*



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik yang berjudul “Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Terhadap Dealer Moka Semeru Motor di Masa Pandemi”

Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari telah banyak pihak yang membantu, membimbing serta memberikan motivasi dan semangat pada penulis. Atas segala upaya, bimbingan, arahan dari semua pihak, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Hanafi, M.Pd., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu Maheni Ika Sari, SE., MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Trias Setyowati, SH, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Selaku Dosen Pembimbing I dan II yang telah memberikan arahan dan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Semua dosen Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.
6. Staf pengajaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang manajemen.

Jember, 27 Februari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Sampul
Halaman Judul.....
Pernyataan	i
Persetujuan	ii
Pengesahan.....	iii
Persembahan.....	iv
Motto	v
Abstrak.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Strategi	5
2.1.2 Pemasaran.....	5
2.1.3 Manajemen Pemasaran.....	6
2.1.4 Bauran Pemasaran.....	8
2.1.5 Perilaku Konsumen	8
2.1.6 Manajemen Strategi dalam Menghadapi Persaingan Bisnis	9
2.1.7 Strategi Pengembangan.....	10
2.2 Penelitian Terdahulu.....	13
2.3 Kerangka Konseptual	16
2.4 Hipotesis	16
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Identifikasi Variabel	17
3.1.1 Variabel Terikat.....	17
3.1.2 Variabel Bebas	17
3.2 Definisi Operasional Variabel	17
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	19
3.1 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	19
3.4.1 Populasi	19
3.4.2 Sampel.....	19
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	20

3.5	Jenis dan Sumber Data	20
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.7	Teknik Analisis Data	20
3.7.1	Uji Instrumen Data.....	21
3.7.2	Analisis Regresi Linier Berganda	21
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	21
3.7.4	Uji Hipotesis	22
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum	24
4.2	Deskriptif Karakteristik Responden.....	24
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	25
4.3.1	Deskripsi Variabel Produk (X1)	25
4.3.2	Deskripsi Variabel Harga (X2).....	26
4.3.3	Deskripsi Variabel Tempat (X3).....	26
4.3.4	Deskripsi Variabel Promosi (X4).....	26
4.3.5	Deskripsi Variabel SDM (X5)	27
4.3.6	Deskripsi Variabel Proses (X6).....	27
4.3.7	Deskripsi Variabel Bukti Fisik (X7)	28
4.3.8	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian(Y)	28
4.4	Uji Instrumen	28
4.4.1	Uji Validitas	28
4.4.2	Uji Reliabilitas	29
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	30
4.5.1	Uji Normalitas.....	30
4.5.2	Uji Multikolinieritas.....	31
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas.....	31
4.6	Analisis Regresi Linier Berganda.....	32
4.7	Uji Hipotesis	33
4.7.1	Uji F	33
4.7.2	Uji t	33
4.7.3	Koefisien Determinasi (R ²)	34
4.8	Pembahasan.....	34
4.8.1	Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian	34
4.8.2	Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian	35
4.8.3	Tempat berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian	35
4.8.4	Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.....	35
4.8.5	SDM berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian	36
4.8.6	Proses berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.....	36
4.8.7	Bukti Fisik berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian	37

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 38

5.2 Saran..... 38

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel

Tabel 1.1 Data Penjualan Mokas Semeru Motor tahun 2019 dan 2020	1
Tabel 1.2 Daftar Harga Sepeda Motor Matic terlaris di Dealer Mokas Semeru Motor	2
Tabel 2.1 Model Perilaku Konsumen	9
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 4.1 Data Penjualan Mokas Semeru Motor Tahun 2019 dan 2020.....	23
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	24
Tabel 4.3 Usia Responden	25
Tabel 4.4 Pendidikan Terakhir Responden.....	25
Tabel 4.5. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Produk	25
Tabel 4.6. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Harga	26
Tabel 4.7. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Tempat.....	26
Tabel 4.8. Distribusi Frekuensi Jawaban terhadap Kinerja Promosi.....	26
Tabel 4.9. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap SDM	27
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Jawaban Terhadap Proses	27
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Jawaban Terhadap Bukti Fisik.....	28
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Jawaban Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas	29
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	30
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas.....	30
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas.....	31
Tabel 4.17 Hasil Uji Glejer	31
Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	32
Tabel 4.19 Hasil Uji F	33
Tabel 4.20 Hasil Uji t	33
Tabel 4.21 Hasil Uji R2.....	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar

Gambar 2.1 Model Sederhana proses pemasaran.....	6
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	16



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

Lampiran 1 Kuisisioner.....	41
Lampiran 2 Rekapitulasi Kuisisioner	44
Lampiran 3 Jawaban Responden	49
Lampiran 4 Uji Instrumen	54
Lampiran 5 Analisis Regresi Linier Berganda	58
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik.....	59
Lampiran 7 Uji Hipotesis	60
Lampiran 8 Rtabel	60
Lampiran 10 Surat Izin Penelitian	65
Lampiran 11 Dokumentasi Penelitian.....	66

