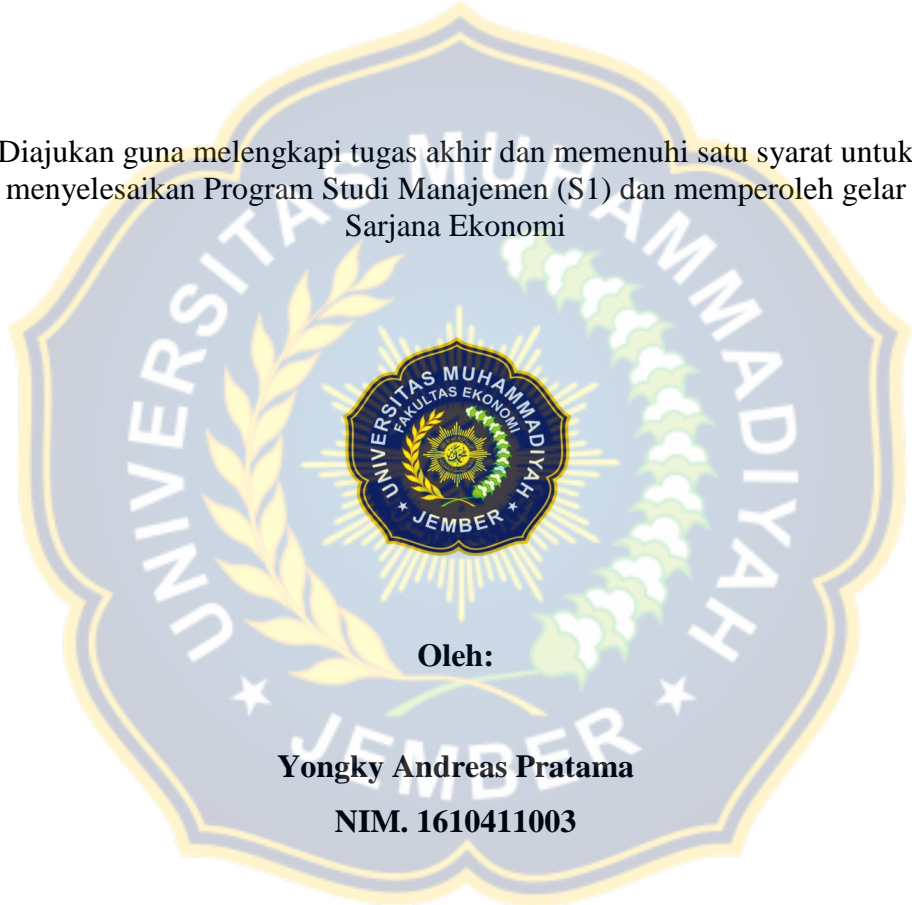


**PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA VARIO 150
(Studi Kasus Dealer Honda Surya Gemilang Motor Wuluhan)**

SKRIPSI

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



Oleh:

Yongky Andreas Pratama

NIM. 1610411003

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2020**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yongky Andreas Pratama

NIM : 1610411003

Program Studi : Ekonomi Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario 150 (Studi Kasus Dealer Honda Surya Gemilang Motor Wuluhan); 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 dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 7 September 2020

Yang menyatakan,

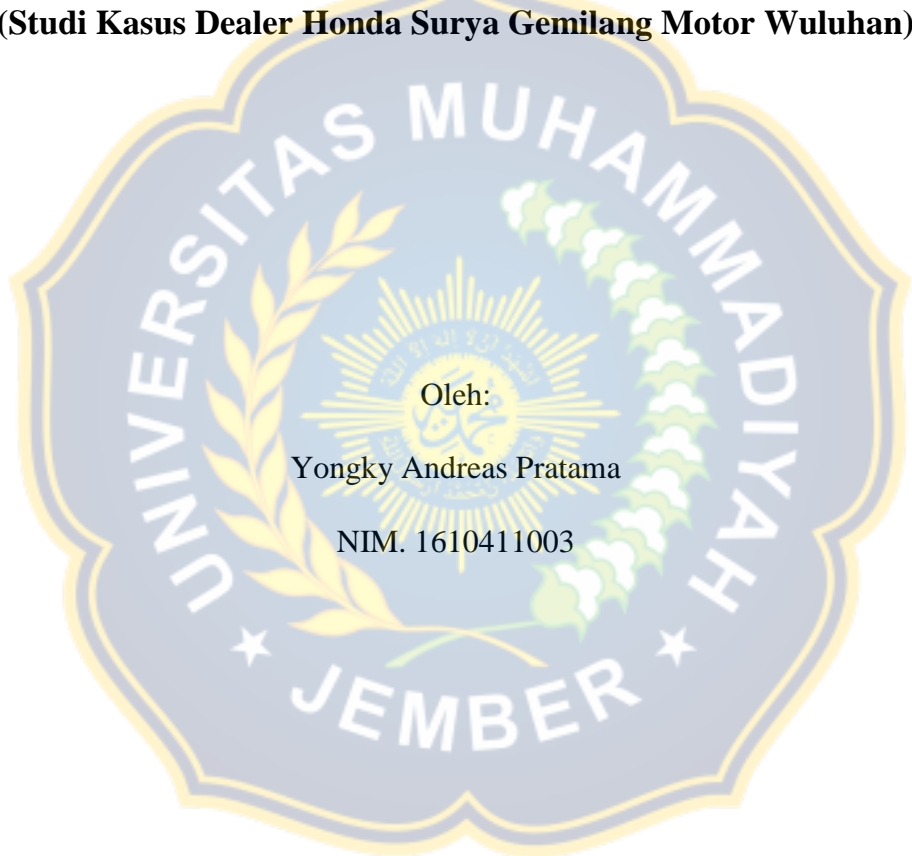


Yongky Andreas Pratama

NIM. 1610411003



**PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA VARIO 150
(Studi Kasus Dealer Honda Surya Gemilang Motor Wuluhan)**



Oleh:

Yongky Andreas Pratama

NIM. 1610411003

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Seno Sumowo, SE, MM


Dosen Pembimbing Pendamping : Yohanes Gunawan, SE, MM.

PENGESAHAN

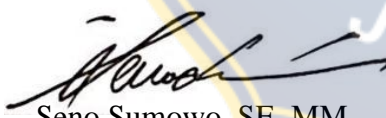
Skripsi berjudul: PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA VARIO 150 (Studi Kasus Dealer Honda Surya Gemilang Motor Wuluhan), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Yongky andreas pratama
Nim : 1610411003
H a r i : Kamis
Tanggal : 05 November 2020
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

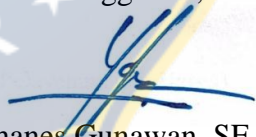
Tim Penguji,


Dra. Retno Endah Supeni, M.M.
NPK : 9510256

Anggota 1,


Seno Sumowo, SE, MM
NPK : 0109288

Anggota 2,


Yohanes Gunawan, SE, MM.
NPK : 19840604.1.1703794

Dekan,


Maheni Ika Sari, SE, MM
NPK : 197708112605012001

Mengesahkan:

Ketua Program Studi,


Haris Hermawan, SE, MM
NPK : 1503643

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Mamaku tercinta yaitu Nurul Qomariah yang telah mendoakan, mendidik, mencurahkan cinta, kasih sayang serta pengorbanan selama ini;
2. Sahabata dan orang terdekat yang selalu membantu dan mendukungku;
3. Teman Seperjuangan yang telah mendukung, menemani dan memberikan semangat sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi;
4. Teman-teman Manajemen Fakultas Ekonomi 2016 atas pemberian semangat serta doanya;
5. Teman-teman KKN;
6. Bapak dosen pembimbing satu dan dua, penulis mengucapkan terimakasih atas dorongan dan bimbingannya;
7. Almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Jember.

MOTTO

“Do the best and pray. God will take care of the rest.”
(Lakukan yang terbaik, kemudian berdoalah. Tuhan yang akan mengurus sisanya.

(**Mama Penulis**)

“Sepiro duwurmu ngudi kawruh, sepiro jeromu ngangsu ngilmu, sepiro akehe guru ngajimu
tembe mburine mung arep ketemu marang sejatine awake dewe”

(**SH TERATE**)



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kupersembahkan hanya pada ALLAH SWT, yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario 150 (Studi Kasus Dealer Honda Surya Gemilang Motor Wuluhan).

Skripsi ini merupakan karya penulis dan merupakan salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis menyadari telah banyak pihak yang membantu, membimbing dan mendorong serta memberi semangat pada penulis. Penulis sadar tanpa bantuan dari berbagai pihak, penulis akan mengalami kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itulah pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Maheni Ika Sari, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember;
2. Bapak Seno Sumowo, SE, MM selaku dosen pembimbing I dan
3. Bapak Yohanes Gunawan, SE, MM. selaku dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan;
4. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis;
5. Ibuku, Nurul Qomariah yang mencurahkan seluruh cinta, kasih sayang, perhatian serta doa untuk kesuksesan dan kebahagiaanku.
6. Rekan-rekan seperjuangan, mahasiswa fakultas ekonomi yang telah banyak memberikan masukan dan dukungan yang sangat berguna dalam

penyusunan skripsi ini.

Atas amal baik yang telah diberikan pada penulis semoga Allah SWT memberikan balasan yang sesuai dan semoga rahmat serta hidayahNya diberikan kepada kita semua. Besar harapan penulis semoga skripsi ini berguna bagi penulis khususnya dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jember, September 2020

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	9
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen.....	11
2.1.2 Strategi Pemasaran	15
2.1.3 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	16
2.1.4 <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran).....	19

2.1.5	Keputusan Pembelian.....	23
2.1.6	Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan.....	25
2.2	Penelitian Terdahulu	26
2.3	Kerangka Konseptual.....	28
2.4	Hipotesis Peneliian.....	29
2.4.1	Pengaruh Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.4.2	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.4.3	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.4.4	Pengaruh Distribusi terhadap Keputusan Pembelian.....	32
BAB 3 METODE PENELITIAN		33
3.1	Rancangan Penelitian	33
3.2	Identifikasi Variabel	33
3.3	Definisi Operasional Variabel	34
3.4	Jenis dan Sumber Data	36
3.4.1	Jenis Data	36
3.4.2	Sumber Data.....	36
3.5	Populasi, Sampel, dan <i>Sampling</i>	37
3.5.1	Populasi.....	37
3.5.2	Sampel.....	37
3.5.3	<i>Sampling</i>	38
3.6	Metode Pengumpulan Data	38
3.7	Teknik Pengukuran Data	39
3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	39
3.8.1	Uji Validitas	39

3.8.2 Uji Reliabilitas	40
3.9 Analisis Regresi Berganda.....	40
3.10 Uji Asumsi Klasik	41
3.11 Analisis Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	43
3.12 Pengujian Hipotesis	43
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum	44
4.1.1 Gambaran Dealer Honda Surya Gemilang Motor Wuluhan.....	44
4.1.2 Struktur Organisasi Dealer Honda Surya Gemilang Motor Wuluhan.....	45
4.1.3 Aspek Personalia Dealer Honda Surya Gemilang Motor Wuluhan.....	48
4.1.4 Aspek Operasional Usaha Dealer Honda Surya Gemilang Motor Wuluhan.....	49
4.1.5 Aspek Pemasaran Dealer Honda Surya Gemilang Motor Wuluhan.....	50
4.2 Hasil Penelitian.....	54
4.2.1 Statistik Deskriptif Responden	54
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	55
4.2.3 Uji Validitas & Reliabilitas	58
4.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda	60
4.2.5 Uji Asumsi Klasik	61
4.2.6 Analisis Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	64
4.2.7 Pengujian Hipotesis	65
4.3 Pembahasan	67
4.3.1 Pengaruh Produk terhadap Keputusan Pembelian.	67
4.3.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian... ..	68

4.3.3 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	69
4.3.4 Pengaruh Distribusi terhadap Keputusan Pembelian	70
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

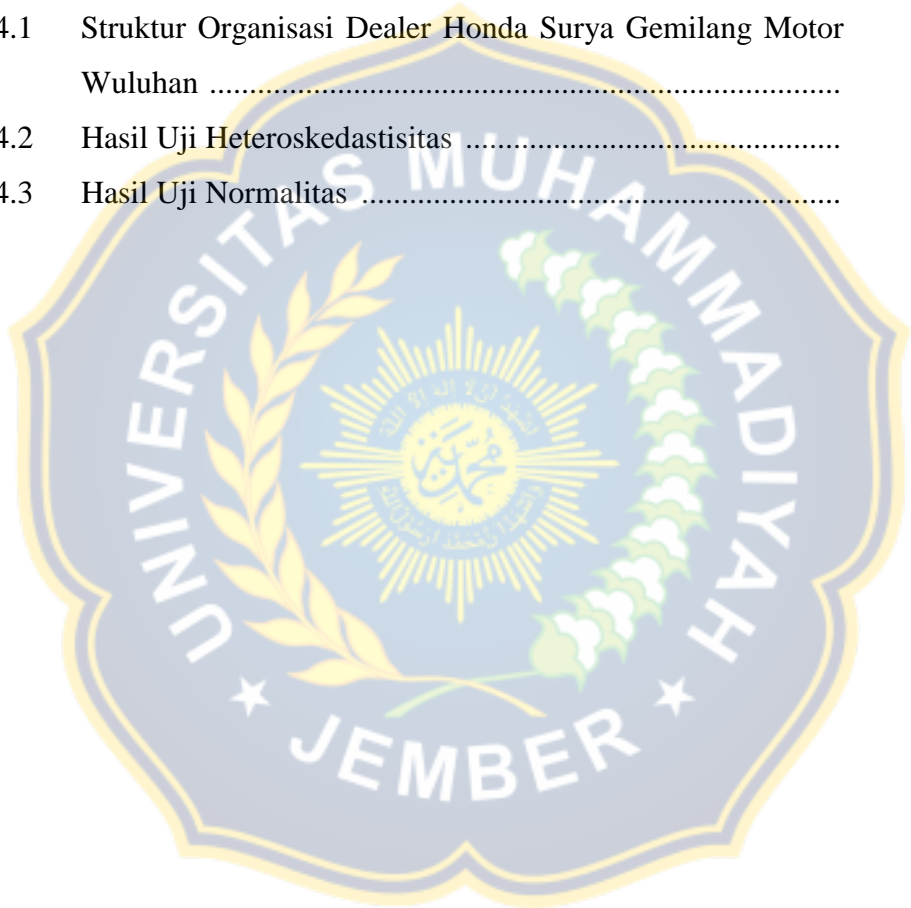


DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1.1	Data Penjualan Sepeda Motor di Indonesia Tahun 2019	5
1.2	Data Target dan Realisasi Penjualan Motor Skuter Matik pada Dealer Honda Surya Gemilang Motor Wuluhan 2015-2019	6
2.2	Ringkasan Penelitian Terdahulu	25
4.1	Waktu Kerja / Jam Operasional Dealer Honda Surya Gemilang Motor Wuluhan.....	46
4.2	Statistik Deskriptif Demografi Responden	54
4.3	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Produk	55
4.4	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Harga	56
4.5	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Promosi	56
4.6	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Distribusi	57
4.7	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian	58
4.8	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas	59
4.9	Hasil Uji Reliabilitas	60
4.10	Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda	60
4.11	Collinearity Statistic	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
2.1	Proses Keputusan Pembeli	25
2.2	Kerangka Konseptual	29
4.1	Struktur Organisasi Dealer Honda Surya Gemilang Motor Wuluhan	46
4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas	63
4.3	Hasil Uji Normalitas	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

- 1 Kuesioner Penelitian
- 2 Rekapitulasi Data Jawaban Responden
- 3 Hasil Uji Validitas
- 4 Hasil Uji Reliabilitas
- 5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden
- 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
- Surat Pernyataan Penelitian
- Dokumentasi Foto

