



**DAMPAK BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA**

(Studi Kasus Pada MPM Motor Kalisat Kabupaten Jember)

Oleh:

Brahmadia Windra Liwandi

NIM. 14.1041.1314

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2018**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Brahmadaia Windra Liwandi
Nim :1410411314
Prodi : Menejemen/S1

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah ini berupa skripsi yang berjudul: DAMPAK BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA (STUDI KASUS PADA DEALER MPM MOTOR KALISAT KABUPATEN JEMBER) adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keesahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memporeleh sanksi akademik,jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, Mei 2018

Yang menyatakan,

Brahmadia Windra Liwandi
Nim:14.1041.1314

PERSETUJUAN SKRIPSI



**DAMPAK BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA
(Studi Kasus Pada MPM Motor Kalisat Kabupaten Jember)**

Oleh:

**Brahmadia windra liwandi
NIM. 1410411314**

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Dr. NurulQomariah, M.M.

Dosen Pembimbing kedua : Drs. Hisyam zaini

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: Dampak bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda (Studi kasus pada Dealer MPM Motor Kalisat Kabupaten Jember) telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 03 Mei 2018

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim penguji

Drs. Anwar, M.Sc

NPK:8503125

Anggota 1,

Drs. Nurul Qomariah, MM

NPK:0603426

Anggota 2,

Drs. Hisyam Zaini

NPK:8503124

MENGESAHKAN

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan

Dr. Arik Susbiyani SE, M.Si

NPK:0109289

Drs. Anwar, M.Sc

NPK:8503125

MOTTO

**Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat
(Terjemahan Q.S. Al-mujadalah:11)**

**Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.
(Terjemahan Q.S. Asy-Syarah:5-6)**

Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka ia berada di jalan Allah hingga ia pulang. (HR. Turmudzi)

**Siapa yang menghendaki kebahagiaan hidup dunia, harus dengan ilmu, dan siapa menghendaki kebahagiaan akhirat harus dengan ilmu dan barang siapa yang menghendaki kebahagiaan dunia dan akhirat juga harus dengan ilmu.
(HR. Tabrani)**

PERSEMBAHAN

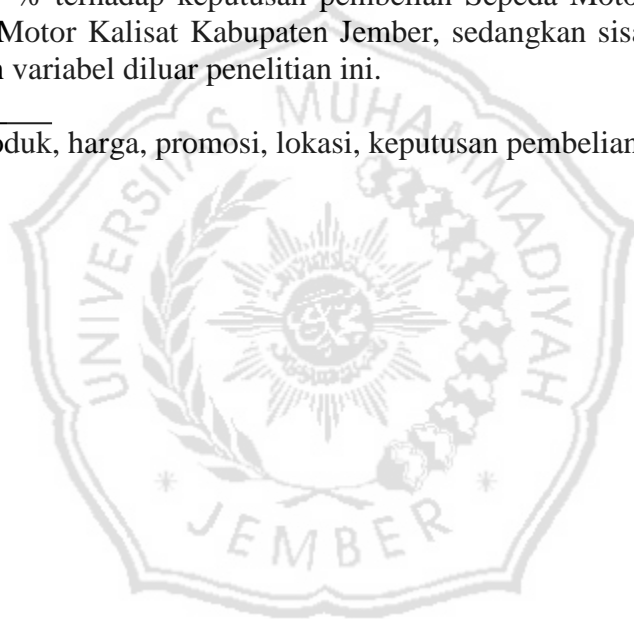
Berkat dan hidayah dari Allah SWT yang maha pengasih dan maha penyayang, skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Kedua orang tua bapak sama ibu dan adek-adekku yang selalu suport saya dalam memberikan semangat, doa dan kasih sayang.
2. Keluarga yang selalu memberikan dukungan.
3. Kekasihku Desi puspita sari yang selalu menyemangatiku.
4. Teman-teman terbaikku Candra Dwi Putra, Binti ulvatus Sa'adah, Hikmah Nurfiqoh Adityas, Syadatina Arofatul Maulinda, Yeyen Kamalia, Deni Prasetyo, Trio Ongky, Bagus Arisandi, Lutfi Yanto terima kasih buat kerja samanya selama 4 tahun ini.
5. Seluruh teman-temankuprodi menejemen angkatan 2014 khususnya teman-temanku kelas G Menejemen angkatan 2014 yang selalu memberikan motivasi.
6. Teman-temanku KKN 34 terima kasih atas dukungannya.
7. Almamater yang selalu aku banggakan Universitas Muhammadiyah Jember.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak bauran pemasaran (produk, harga, promosi, lokasi) berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Dealer MPM Motor Kalisat Kabupaten Jember. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu kuisioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli dan pengguna Sepeda Motor Honda. Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel 50 responden. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan program SPSS versi 21. Hasil analisis regresi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel produk (x_1), harga (x_2), promosi (x_3), dan lokasi (x_4) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Dari pengelolaan data taraf signifikansinya (parsial) diperoleh produk (0,000), harga (0,004), promosi (0,002), dan lokasi (0,000), semua variabel berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Koefisien determinasinya mendapat sumbangan 69 % terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Merek Honda pada Dealer MPM Motor Kalisat Kabupaten Jember, sedangkan sisanya sebesar 31 % dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini.

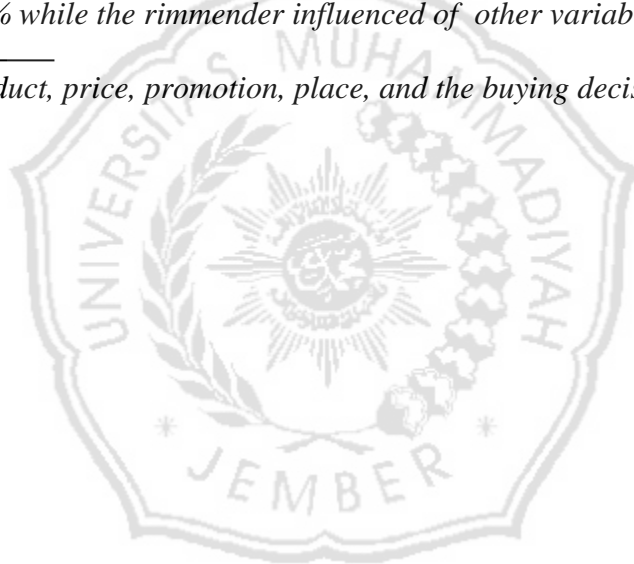
Kata kunci: produk, harga, promosi, lokasi, keputusan pembelian.



ABSTRACT

The aim of this research to analyzed the marketing mix (product, price, promotion, and place) effect to buying decision of dealer MPM Motor cycleKalisat, Jember. in this research collected of data with observation interview and questionnaire. The population in this research is the entire customers that amounths to 50 respondents. A sample of using a method purposive sampling with the number of sample is 50 respondents. The method of used in this research is the method of regression analysis with SPSS IBM version 21 programs.The result of analysis regression in this research show that product (x1), price(x2), promotion (x3), and place (x4), all of them have positive influence to customers statisfaction. And processing of the experimen data t (parcial) is gotten the result of product (0,000), price (0,004), promotion (0,002), place (0,000) all of variable have significant influence to the buying decision. The result of F experiment is gotten (0,000) all variable influence to decision of purchasing. The coefficients determination got contribution from decision of purchasing Honda Motor Cycle at dealer Honda MPM Motor Cycle Kalisat, Jember is 31 % while the rimmender influenced of other variable in outside.

Key word:product, price, promotion, place, and the buying decision.



KATA PENGANTAR

Puji syukur selalu terpanjatkan atas kehadiran AllahSubhanahuwata'ala yang telah memberikan limpahan rahmat serta hidayahnya. Sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir/skripsi ini dengan baik.

Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, sehingga penulis mampu mendapatkan hidayah dari Allah SWT dengan adanya imam dan islam.

Penulis sangat menyadari akan kekurangan dalam penyusunan skripsi ini dan untuk itulah, penulis dengan senang hati menerima kritikan serta saran yang berguna bagi perbaikan skripsi ini selanjutnya. Penulis juga menyadari bahwa tersusunnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan segala pihak, maka dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan terima kasih yang tulus kepada:

- a) Terima kasih kepada pimpinan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan kemudahan dalam pengurusan skripsi ini.
- b) Ratno Dwi p, selaku pimpinan MPM Motor Jember yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian kepada penulis di MPM Motor Kalisat.
- c) Drs. Nurul Qomariyah, MM, Salaku dosen pembimbing utama dan Drs. Hisyam Zaini, selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
- d) Drs. Anwar, M.Scselaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
- e) Kedua orang tua tercinta dan kedua adek-adekku, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatian yang tak terbatas. Terima kasih untuk segalanya, hanya ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
- f) Kekasihku Desi Puspita Sari yang selalu senantiasa memotivasi dan menyemangatiku demi cepet terselasaikannya tugas akhir/skripsi ini.

- g) Semua saudara-saudraku dan segenap keluarga lainnya, yang telah senantiasa tulus dan ikhlas membantu dan memberikan motivasi serta biaya demi kesuksesan studi penelitian ini.
- h) Teman-teman seperjuangan prodi menejemen angkatan 2014 dan seluruh sahabat-sahabatku terima kasih atas bantuan,dukungan semangat dan kerja samanya dalam menyelesaikan skripsi ini.
- i) Semua pihak yang tidak bisa di sebutkan namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntunpada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karean itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini ini dapat lebih baik lagi, akhir kata, besar harapan penulis semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat bagi semua pihak.



Jember, Mei 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Dan Kegunaan	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Menejemen Pemasaran.....	12
2.1.2 Konsep Pemasaran Dan Orientasi Pada Konsumen	12
2.1.3 Ruang Lingkup Pemasaran.....	14
2.1.4 Konsep Inti Pemasaran	15
2.1.5 Bauran Pemasaran	18
2.1.5.1 Produk.....	18
2.1.5.2 Harga	20
2.1.5.3 Promosi.....	21
2.1.5.4 Lokasi	24
2.1.6 Perilaku Konsumen	24

2.1.7 Keputusan Pembelian	25
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Konseptual.....	28
2.4 Hipotesis Penelitian	29
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Identifikasi Variabel	32
3.1.1 Variabel Independen/Bebas.....	32
3.1.2 Variabel Dependen/Terikat	32
3.2 Definisi Operasional Variabel	33
3.2.1 Produk.....	33
3.2.2 Harga	33
3.2.3 Promosi	33
3.2.4 Lokasi	34
3.2.5 Keputusan Pembelian	34
3.3 Desain Penelitian	34
3.4 Jenis Data.....	35
3.4.1 Data Sekunder	35
3.4.2 Data Primer.....	35
3.5 Metode Pengambilan Sampel	35
3.5.1 Populasi	35
3.5.2 Sampel	36
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.6 Teknik Pengumpulan Data	36
3.7 Analisis Deskriptif Responden	38
3.8 Teknik Analisis Data	38
3.8.1 Uji Instrumen Data	38
3.8.1.1 Uji Validitas.....	38
3.8.1.2 Uji Reliabilitas	39
3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	40
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	41

3.8.3.1 Uji Normalitas (<i>Normality</i>).....	41
3.8.3.2 Uji Multikolinearitas.....	41
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas	42
3.8.4 Uji Hipotesis	42
3.8.4.1 Uji T.....	42
3.8.4.2 Uji F.....	43
3.6.4.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	43
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	45
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	45
4.1.2 Visi Perusahaan	46
4.1.3 Misi Perusahaan.....	46
4.1.4 Nilai-Nilai Utama Perusahaan.....	46
4.1.5 Ikrar Perusahaan	47
4.1.6 Struktur Organisasi Perusahaan Dan Tugasnya.....	47
4.2 Aspek Personalia	49
4.2.1 Jumlah Tenaga Kerja.....	49
4.2.2 Jam Kerja Karyawan	49
4.2.3 Sistem Upah.....	50
4.3 Aspek Pemasaran.....	50
4.3.1 Promosi.....	50
4.3.2 Lokasi	50
4.4 Karakteristik Responden.....	51
4.5 Analisis Data.....	53
4.5.1 Deskriptif Variabel Pernyataan Responden.....	53
4.5.1.1 Produk.....	53
4.5.1.2 Harga.....	54
4.5.1.3 Promosi	56
4.5.1.4 Lokasi.....	57
4.5.1.5 Keputusan Pembelian	58

4.6 Hasil Analisis Data	59
4.6.1 Pengujian Validitas Data	59
4.6.2 Pengujian Reliabilitas	60
4.7 Analisis Regresi Linear Berganda	61
4.8 Pengujian Asumsi Klasik.....	62
4.8.1 pengujian Normalitas.....	62
4.8.2 Multikolinearitas.....	63
4.8.3 Pengujian Heteroskedastisitas	64
4.9 Pengujian Hipotesis	65
4.9.1 Uji T.....	65
4.9.2 Uji F.....	67
4.10 Koefisien Determinasi	67
4.11 Pembahasan	68
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Market Salle</i> Penjualan Sepeda Motor 2014.....	3
Tabel 1.2 <i>Market Salle</i> Penjualan Sepeda Motor 2015.....	4
Tabel 1.3 <i>Market Salle</i> Penjualan Sepeda Motor 2016.....	4
Tabel 1.4 Data Penjualan MPM Motor Kalisat.....	9
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Nilai Skala <i>Likert</i>	38
Tabel 4.2 Jumlah Tenaga Kerja Di MPM Motor Kalisat.....	49
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	52
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	52
Tabel 4.6 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Produk	53
Tabel 4.7 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Harga	54
Tabel 4.8 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Promosi	56
Tabel 4.9 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Lokasi	57
Tabel 4.10 Frekuensi Pernyataan Responden Keputusan Pembelian	58
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Validitas.....	60
Tabel 4.12 Pengujian Reliabilitas	61
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	61
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	64
Tabel 4.17 Hasil Uji T.....	66
Tabel 4.18 Hasil Uji F.....	67
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan	25
Gambar 4.1 Struktur Organisasi MPM Motor Kalisat	48
Gambar 4.14 Uji Normalitas	63
Gambar 4.16 Uji Heteroskedastisitas	65



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Pengantar Kuisisioner
- Lampiran 2 :Rekapitulasi Kuisisioner
- Lampiran 3 : Frekuensi Pernyataan Responden
- Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis
- Lampiran 7 : Tabel R *Product Momen*, Tabel Distribusi F Dan Tabel Ditribusi T
- Lampiran 8 : Dokumentasi



DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, Riski. 2013. *Pengaruh Harga, Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*. Bandung. Vol. 1 No.1 (141-162).
- Alma, Buchari. 2004. *Menejemen Pemasaran Dan Pemasran Jasa*: Edisi Revisi. CV Alfabeta, Bandung.
- Fitriyono, Dina. 2014. *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk*. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen. Malang. Vol. 3 No.11 2014.
- Fuad, Muhamad. 2006. *Penghantar Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Febriana, Bella. Yulianto, Edi. Sunarti. 2016. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian*. Malang. JAB Vol. 32 No. 2 Maret 2016.
- Handoko. T. Hani. 2006. *Menejemen Edisi 2*. BPFE, Yogyakarta.
- Johani. 2017. *Pengaruh Harga, Promosi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Koperas ilkada Daihatsu Juanda Cabang Samarinda Tahun 2013-2016*. Ejournal Administrasi Bisnis. Samarinda Vol5 No.3 (551-565).
- Kotler, Philip. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid1*. Erlangga, Jakarta.
- _____. 2009. *Menejemen Pemasaran Jilid1*. Edisi Tiga Belas. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2009. *Menejemen Pemasaran Edisi Millinium*, Jilid1. PT. Prehallindo, Jakarta
- Kuncoro. 2009. *Metode Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Edisi II. AMP YKPN, Yogyakarta.
- Muhammad. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosda karuya, Bandung.
- Prayitno, D. 2010. *Paham Analisa Data Statistik Dengan Spss*. Yogyakarta; Mediakom
- Qomariyah, Nurul. 2011. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember)*. Jember. JEAM Vol. X No.1/2011 (1412-5366).
- Sekaran. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta, Bandung.
- Swastha, Basu. 2007. *Azas-Azas Marketing Modern Revisi V*: Liberti, Yogyakarta.
- _____. 2009. *Manejemen Penjualan*. BPFE, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ke Dua. Andi Offset, Yogyakarta.
- Ulus, Agnes Algrina. 2013. *Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Daihatsu (Studi Pada PT. Astra Internasional Manado)*. Manado. Jurnal EMBA Vol. 1 No. 4 2013 (2303-1174).
- Wangko, Cristine Mega. 2013. *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Panther (Studi Kasus Pada Pt. Astra*

Internasional Izuzu Manado).Manado.Jurnal EMBA Vol. 1 No. 3 (2303-1174).

