

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
KAWASAKI PADA PT SURAPITA UNITRANS SURABAYA**



Oleh:

ALIEF PRATAMA PUTRA

NPM 11.1.02.04983

Program Studi : Manajemen

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)
SURABAYA
2016**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
KAWASAKI PADA PT SURAPITA UNITRANS SURABAYA**

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi: Manajemen
Konsentrasi: Manajemen Pemasaran**



Oleh:

ALIEF PRATAMA PUTRA

NPM 11.1.02.04983

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2016

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR KAWASAKI
PADA PT SURAPITA UNITRANS SURABAYA**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

ALIEF PRATAMA PUTRA

NPM : 11.1.02.04983

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada Tanggal 19 Maret 2016

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Prof. Dr. Budiyanto, M.S.

Anggota : 1. Dra. Ec. Sasi Agustin, M.M.

2. Dr. Sonang Sitohang, S.M.I., M.M.

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

Oleh :

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen

Dra. Ec. Sasi Agustin, M.M.

Dra. Tri Yanfati, M.M.

Ketua STIESIA

Dr. Akhmad Riduwan, S.E., M.S.A., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya

Nama : **ALIEF PRATAMA PUTRA**

NPM : 11.1.02.04983

menyatakan bahwa tugas akhir ini dengan judul :

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR KAWASAKI PADA PT SURAPITA UNIHTRANS SURABAYA

Dan diajukan untuk diuji tanggal 19 Maret 2016 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam tugas akhir ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang merupakan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya ambil ~~sebagai~~ **sebagai** tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik dengan maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik tugas akhir yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti saya dan pазan yang telah diberikan oleh STIESIA batal saya

Surabaya, 19 Maret 2016

Yang memberikan pernyataan

PETERAI KEMPEL
11010204983
6000
Alief Pratama Putra

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : **ALIEF PRATAMA PUTRA**
 NPM : 11.1.02.04983
 Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 15 Juli 1992
 Agama : Islam
 Jumlah Saudara/ Anak Ke : 2 (Dua) / 1 (Satu)
 Alamat / Telpon : Jl. Simo Kwagean Kuburan 57 B Surabaya
 Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : **SUNYOTO**
 Alamat Rumah / Telpon : Jl. Simo Kwagean Kuburan 57 B Surabaya
 Alamat Kantor / Telpon : Jl. Simo Kwagean Kuburan 57 B Surabaya
 Pekerjaan : Wiraswasta

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD Kemala Bhayangkari 6 di Surabaya Tahun 2005
2. Tamat SMPN 25 di Surabaya Tahun 2008
3. Tamat SMKN 7 di Surabaya Tahun 2010
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I – X	2011-2016	-

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat / Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya

Alief Pratama Putra

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya kepada penulis, sehingga berhasil menyelesaikan tugas penulisan skripsi ini dengan judul : “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Kawasaki Pada PT Surapita Unitrans Surabaya “. Penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Adapun penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak untuk itu perkenankanlah saya mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Dr. Akhmad Riduwan, S.E.,M.S.A.,Ak. CA., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Ibu Dra Tri Yuniati, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Ibu Dra. Ec. Sasi Agustin, M.M. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar meluangkan waktunya dalam memberikan saran, bimbingan, nasihat, motivasi, dukungan dan arahan sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak dan ibu dosen serta seluruh staff Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang telah memberikan banyak bimbingan serta bekal ilmu pengetahuan selama dibangku kuliah.

5. Pimpinan dan staff karyawan PT Surapita Unitrans Surabaya terima kasih atas ijin dan bimbingan yang diberikan selama melakukan penelitian.
6. Kedua Orang tuaku tercinta, terimakasih atas cinta kasih sayang yang tiada akhir, serta doa yang tiada henti-hentinya mengiringi langkahku.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan selama proses penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih sangatlah jauh dari kesempurnaan dan senantiasa berharap kritik dan saran yang dapat membangun agar dapat menyempurnakan skripsi ini. Akhirnya dengan mengucapkan syukur besertadoa dan harapan semoga skripsi ini berguna bagi semua pihak yang berkepentingan. Dan semoga Allah SWT memberikan balasan atas bantuan dan kebaikan yang telah diberikan pada penulis.

Surabaya, 19 Maret 2016

Alief Pratama Putra



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
INTISARI	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Ruang Lingkup Penelitian	6
BAB 2. TINJAUAN TEORI DAN HIPOTESIS	
2.1. Tinjauan Teori	7
2.1.1. Pemasaran	7
1. Pengertian Pemasaran	7
2. Konsep Pemasaran	8
2.1.2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing mix</i>)	11
1. Pengertian Bauran Pemasaran	11
2. Konsep Bauran Pemasaran	12
2.1.3. Produk	13
1. Pengertian Produk	13
2. Klasifikasi Produk	14
3. Atribut Produk	17
4. Kualitas Produk	19
2.1.4. Harga	22
1. Pengertian Harga	22
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga	24
3. Tujuan Penetapan Harga	25
2.1.5. Tempat / Distribusi	28
1. Pengertian Tempat / Distribusi	28
2. Pertimbangan Pemilihan Lokasi	29
3. Indikator Lokasi	31

2.1.6.	Promosi	31
1.	Pengertian Promosi	31
2.	Tujuan Promosi	32
3.	Efektivitas Promosi	33
2.1.7.	Keputusan Pembelian	35
1.	Pengertian Keputusan Pembelian	35
2.	Tahap-Tahap dalam Proses Keputusan Pembelian	35
2.1.8.	Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian	49
2.1.9.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	50
2.1.10.	Pengaruh Tempat Terhadap Keputusan Pembelian	51
2.1.11.	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	51
2.1.12.	Penelitian Terdahulu	52
2.1.13.	Rerangka Pemikiran	53
2.2.	Hipotesis	56
BAB 3.	METODOLGI PENELITIAN	
3.1.	Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi Penelitian.....	57
3.1.1.	Jenis Penelitian.....	57
3.1.2.	Gambaran dari Populasi Penelitian	57
3.2.	Teknik Pengambilan Sampel	58
3.3.	Teknik Pengumpulan Data	58
3.3.1.	Jenis Data dan Sumber Data	58
3.3.2.	Teknik Pengumpulan Data	59
3.4.	Variabel dan Definisi Operasional Variabel	59
3.4.1.	Variabel	59
3.4.2.	Definisi Operasional Variabel	60
3.5.	Teknik Analisis Data	62
3.5.1.	Uji instrumen	63
3.5.2.	Uji Asumsi Klasik	63
3.5.3.	Regresi Linier Berganda	64
3.5.4.	Uji Kelayakan (Uji F).....	65
3.5.5.	Pengujian Hipotesis	66
BAB 4.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1.	Hasil Penelitian	67
4.1.1.	Gambaran Umum Subyek Penelitian	67
1.	Karaktersitik Responden Berkaitan dengan Jenis Kelamin	67
2.	Karaktersitik Responden Berkaitan dengan Usia ...	68
3.	Karaktersitik Responden Berkaitan dengan Jenis Pekerjaan	69
4.1.2.	Analisis Deskriptif Hasil Penelitian	70
1.	Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Produk	70
2.	Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Harga	72
3.	Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Lokasi	73

4.	Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Promosi	75
5.	Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Keputusan Pembelian	76
4.1.3.	Uji Validitas dan Reliabilitas	78
1.	Uji Validitas	78
2.	Reliabilitas	81
4.1.4.	Uji Asumsi Klasik	81
1.	Uji Normalitas	82
2.	Multikolinieritas	84
3.	Heteroskedastisitas	85
4.1.5.	Analisis Regresi Berganda	86
4.1.6.	Uji Kelayakan Model (Uji F)	88
4.1.7.	Koefisien Determinasi (R^2)	89
4.1.8.	Pengujian Hipotesis	90
1.	Uji t	90
2.	Koefisien Determinasi Partial (r^2)	92
4.2.	Pembahasan	93
4.2.1.	Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian	94
4.2.2.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	95
4.2.3.	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	96
4.2.4.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	96
BAB 5.	PENUTUP	
5.1.	Simpulan	98
5.2.	Saran	99
	JADWAL PENELITIAN	
	DAFTAR PUSTAKA	
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Kelas Interval	62
Tabel 2.	Karakteristik Responden Berkaitan Jenis Kelamin	67
Tabel 3.	Karakteristik Responden Berkaitan Dengan Usia	68
Tabel 4.	Karakteristik Responden Berkaitah Jenis Pekerjaan	69
Tabel 5.	Tanggapan Responden Berkaitan dengan Produk	71
Tabel 6.	Tanggapan Responden Berkaitan dengan Harga	72
Tabel 7.	Tanggapan Responden Berkaitan dengan Lokasi	74
Tabel 8.	Tanggapan Responden Berkaitan dengan Promosi	75
Tabel 9.	Tanggapan Responden Berkaitan dengan Keputusan Pembelian ...	77
Tabel 10.	Uji Validitas Variabel Produk	78
Tabel 11.	Uji Validitas Variabel Harga	79
Tabel 12.	Uji Validitas Variabel Lokasi	79
Tabel 13.	Uji Validitas Variabel Promosi	80
Tabel 14.	Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	80
Tabel 15.	Nilai Alpha Cronbach Masing-Masing Variabel	81
Tabel 16.	One Sample Kolmogorof – Smirnov Test	82
Tabel 17.	Hasil Uji Multikolinieritas	84
Tabel 18.	Rekapitulasi Hasil Uji Regression	86
Tabel 19.	Anova	89
Tabel 20.	Model Summary	90
Tabel 21.	Tingkat Signifikansi Masing-Masing Variabel	91
Tabel 22.	Koefisien Korelasi dan Determinasi Parsial	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Konsep Pemasaran Inti	8
Gambar 2.	Rerangka Pemikiran.....	54
Gambar 3.	Model Konseptual	55
Gambar 4.	Grafik Pengujian Normalitas Data	83
Gambar 5.	Heteroskedastisitas pada Regresi Linier Berganda	85



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Tabulasi Hasil Kuesioner
- Lampiran 3. Distribusi Frekuensi
- Lampiran 4. Uji Validitas
- Lampiran 5. Output Regression
- Lampiran 6. Surat Tugas Bimbingan Penulisan Skripsi
- Lampiran 7. Kartu Konsultasi Bimbingan
- Lampiran 8. Surat Pengantar Ijin Riset Ke Instansi
- Lampiran 9. Surat Keterangan Selesai Riset
- Lampiran 10. Sertifikat Seminar Metodologi



