

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR YAMAHA DI PT
GRAHA AUTO PERKASA BATU AJI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh :
Gito Idco Orlando
140910145**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR YAMAHA DI PT
GRAHA AUTO PERKASA BATU AJI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Gito Idco Orlando
140910145**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Gito Idco Orlando
NPM/NIP : 140910145
Fakultas : Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian motor Yamaha pada PT GRAHA AUTO PERKASA di Batu Aji Kota Batam

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 2 februari 2018



Gito Idco Orlando

140910145

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR YAMAHA DI PT
GRAHA AUTO PERKASA BATU AJI KOTA BATAM
SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh
Gito Idco Orlando
140910145**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera dibawah ini**

Batam, 2 Februari 2018



**Tiurniari Purba, S.E., M.M
Pembimbing**

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan dan kemajuan teknologi saat ini, alat transportasi sepeda motor merupakan sarana yang banyak diminati dan sangat dibutuhkan. Sehingga menarik minat perusahaan-perusahaan untuk saling berlomba dalam menciptakan Produk terbarunya. Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin ketatnya persaingan di bidang *automotif*, khususnya sepeda motor yang ditandai dengan banyak bermunculannya dealer-dealer dalam beberapa tahun belakangan ini. PT Graha Auto Perkasa sebagai dealer motor Yamaha mengalami penurunan hasil penjualan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Penelitian ini dilakukan di PT Graha Auto Perkasa Batu Aji, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas yaitu produk, harga, promosi, dan tempat terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dan metode *convenience sampling* dengan sampel sebanyak 113 Orang dari Populasi konsumen PT Graha Auto Perkasa. Data dikumpulkan secara Primer dan Sekunder menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 113 Orang sampel, lalu Data diolah dengan Alat analisis aplikasi SPSS (*Statistical Product Service Solution*). Melakukan Uji validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji T dan Uji F yang bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap masing-masing variabel. Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa secara parsial dan simultan variabel produk, harga, promosi dan tempat semuanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Dealer Graha Yamaha dengan Promosi sebagai variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian, disusul dengan produk, harga dan tempat.

Kata kunci: Produk, Harga, Promosi, Tempat , Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Along with the development and advancement of technology today, motorcycle transportation is a means of much demand and much needed. So as to attract companies to compete each other in creating new products. This study is based on the increasingly intense competition in the automotive field, especially motorcycles that are marked by many emerging dealers in recent years. PT Graha Auto Perkasa as Yamaha motor dealer has decreased sales compared to previous years. This research was conducted at PT Graha Auto Perkasa Batu Aji, which aims to know the influence of independent variables of product, price, promotion, and place to the dependent variable that is purchasing decision. This research uses non probability sampling technique and convenience sampling method with 113 samples from consumer population of PT Graha Auto Perkasa. Primary and Secondary data were collected using questionnaires distributed to 113 sample people, then Data was processed by SPSS (Statistical Product Service Solution) application analysis tool. Performing Test validity, Test Reliability, Classic Assumption Test, Test T and Test F which aims to determine the responses of respondents to each variable. From the results of analysis using regression can be seen that the partial and simultaneous product variables, prices, promotions and places all have a positive and significant effect on purchasing decisions at Dealer Graha Yamaha with Promotion as the most influential variable on purchasing decisions, followed by products, prices and places .

.

Keywords: *Product, Price, Promotion, Place, Purchase Decision.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah hirobbil'alamin, dengan segala kerendahan mengucapkan rasa syukur yang tidak terhingga kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom.,M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Jontro Simanjuntak, S.Pt., S.E., M.M. selaku dekan Fakultas Bisnis;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen;
4. Ibu Tiurniari Purba, S.E.,M.M. selaku dosen pembimbing yang selalu meluangkan banyak waktunya untuk membimbing dan memotivasi penulis dari awal penyusunan skripsi sampai skripsi ini dapat diselesaikan;
5. Bapak Hendri Herman, S.E.,M.SI. selaku pembimbing akademik yang selalu memberikan motivasi, dukungan dan arahan selama masa perkuliahan;
6. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang selama ini sudah memberikan ilmu pengetahuan serta bimbingan kepada penulis;
7. Ayahanda Indra Edwar, Ibunda Ida Hartati, Abangku Andrea Idco Sandi dan seluruh keluarga yang tidak bisa disebutkan satu persatu atas doa, dukungan dan cinta kalian kepada penulis;
8. Istriku Melisa Yuliana S.Pd yang telah memberikan doa, dukungan dan semangat kepada penulis serta kedua putri cantikku Shaqila Nazhifa Orlando dan Sybil Almadina Orlando yang telah menjadi penyemangat bagi penulis dalam penyusunan skripsi ini;
9. Bapak Eddy Haryanto, selaku Pemilik PT Graha Auto Perkasa yang telah memberikan izin penelitian, Bapak Movrizal Rao selaku Head Counter yang membantu dalam penelitian, dan seluruh Staf Karyawan Dealer Graha Batam yang telah membantu peneliti mengumpulkan data;
10. Seluruh konsumen pengguna motor Yamaha Batam yang telah bersedia menjadi responden penulis;
11. Teman-teman seperjuangan yang telah memberikan dukungan, nasehat, doa, dan menemani penulis menyelesaikan skripsi ini;
12. Teman-teman Program studi manajemen Fakultas Bisnis yang selalu memberi semangat penulis menyelesaikan skripsi ini;

13. Serta kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu hingga terselesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 2 Februari 2018
Penulis

Gito Idco Orlando
140910145

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.
SURAT PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR RUMUS	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Batasan Masalah.....	6
1.4. Rumusan Masalah	6
1.5. Tujuan Penelitian	7
1.6. Manfaat Penelitian	8
1.6.1. Manfaat Teoritis	8
1.6.2. Manfaat Praktis	8
BAB.II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran	9
2.2.Bauran Pemasaran	10
2.2.1.Produk	11
2.2.1.1.Tingkatan produk	12
2.2.1.2.Klasifikasi produk	14
2.2.1.3.Atribut Produk.....	18
2.2.1.4.Indikator Produk	22
2.2.2.Harga	22
2.2.2.1.Penetapan harga	23
2.2.2.1Strategi penyesuaian harga.....	27
2.2.2.2.Indikator Harga	29
2.2.3.Promosi	30
2.2.3.1.Tujuan promosi	30
2.2.3.2.Indikator promosi	33
2.2.4.Tempat.....	34

2.2.4.1.Indikator tempat	36
2.2.5.Perilaku Konsumen	36
2.2.5.1.Keputusan Pembelian.....	42
2.2.5.2.Proses Keputusan Pembelian	43
2.2.6.Indikator Keputusan Pembelian	47
2.3.Penelitian terdahulu.....	48
2.4.kerangka pemikiran.....	50
2.5.Hipotesis.....	52

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.Desain penelitian.....	53
3.2.Operasional variabel.....	53
3.2.1.Variabel Independen	54
3.2.2.Variabel dependen.....	54
3.3.Populasi dan Sampel	56
3.3.1. Populasi	56
3.3.2. Sample.....	57
3.4.Teknik pengambilan sampel	57
3.5.Teknik pengumpulan data	59
3.5.1.Jenis dan Sumber data.....	59
3.5.2.Alat Pengumpulan Data	60
3.5.3.Studi kepustakaan.....	61
3.6.Metode Analisis Data.....	61
3.6.1.Analisis Deskriptif variabel.....	62
3.6.2.Uji kualitas data.....	63
3.6.2.1Uji Validitas	63
3.6.2.2. Uji reliabilitas	65
3.6.3.Uji Asumsi Klasik	66
3.6.3.1. Uji Normalitas.....	67
3.6.3.2Uji Heteroskedastisitas	68
3.6.3.3.Uji Multikolinearitas	69
3.6.4.Uji pengaruh.....	70
3.6.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda	70
3.6.4.2.Koefisien Determinasi (R ²)	71
3.6.5.Pengujian Hipotesis.....	72
3.6.5.1.Uji T	72
3.6.5.2.Uji F	74
3.7.Lokasi dan Jadwal Penelitian	75
3.7.1.Lokasi Penelitian.....	75
3.7.2. Jadwal penelitian.....	76

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Responden	77
4.1.1.Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
4.1.2.Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	78
4.1.3.Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	79
4.1.4.Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	80
4.1.5.Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	81
4.2.Hasil Penelitian	82
4.2.1.Analisis Deskriptif	82
4.2.1.1.Analisis Deskriptif Variabel Produk (X1).....	83
4.2.1.2.Analisis Deskriptif Variabel Harga	85
4.2.1.3. Analisis deskriptif Variabel Promosi	86
4.2.1.4.Analisis Deskriptif Variabel Tempat	88
4.2.1.5. Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	90
4.2.2.Hasil Uji Kualitas Data	93
4.2.2.1. Hasil Uji Validitas.....	93
4.2.2.2.Hasil Uji Reliabilitas	97
4.2.3. Uji Asumsi Klasik	98
4.2.3.1. Hasil Uji Normalitas	98
4.2.3.2. Uji Heteroskedastisitas	101
4.2.3.3. Uji Multikolonieritas	103
4.2.4. Uji Pengaruh	104
4.2.4.1.Analisis Regresi Linier Berganda	104
4.2.4.2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	107
4.2.5.Hasil Pengujian Hipotesis	108
4.2.5.1. Uji T	108
4.2.5.2. Uji F	110
4.3.Pembahasan.....	112
4.3.1.Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian motor Yamaha di PT Graha Auto Perkasa kota Batam	112
4.3.2.Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian motor Yamaha di PT Graha Auto Perkasa kota Batam	112
4.3.3.Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian motor Yamaha di PT Graha Auto Perkasa kota Batam.....	113
4.3.4.Tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian motor Yamaha di PT Graha Auto Perkasa kota Batam	113
4.3.5. Produk, Harga, Promosi dan Tempat secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian motor Yamaha di PT Graha Auto Perkasa kota Batam.	114

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	115
5.2 Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA	118

LAMPIRAN

Lampiran I. Pendukung Penelitian

Lampiran II. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran III. Surat Izin Penelitian

Lampiran IV. R tabel, T tabel, F tabel

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Lima Tingkatan Produk.....	12
Gambar 2. 2 Lima Tahap Proses Pembelian	43
Gambar 2. 3 Kerangka Berpikir	51
Gambar 4. 1 Histogram <i>Regression Residual</i>	99
Gambar 4. 2 Uji Normalitas Dengan <i>P-P Plot Regression Standardized</i>	100
Gambar 4. 3 Uji Heteroskedastisitas	102

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Motor Yamaha PT. Graha Auto Perkasa Batu Aji Tahun 2013- 2016	6
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	49
Tabel 3.1 Variabel Operasional	27
Tabel 3.2 Kriteria Analisis deskriptif	63
Tabel 3.3 Indeks Koefisien Korelasi Validitas	64
Tabel 3.4 Indeks Koefisien Korelasi Reliabilitas	67
Tabel 4. 1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
Tabel 4. 2 Identitas Responden Berdasarkan Umur.....	78
Tabel 4. 3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	79
Tabel 4. 4 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan	80
Tabel 4. 5 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan.....	81
Tabel 4. 6 Kriteria Analisis Deskriptif.....	82
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Mengenai Produk.....	83
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Mengenai Harga	85
Tabel 4. 9 Identitas Responden Berdasarkan Promosi.....	87
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Mengenai Tempat	89
Tabel 4. 11Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian	91
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Validitas Produk	93
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Validitas Harga.....	94
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Validitas Promosi	95
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Validitas Tempat	96
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Validitas Keputusan Pembelian.....	96
Tabel 4. 17 Hasil Uji Reliabilitas.....	98
Tabel 4. 18 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	101
Tabel 4. 19 Hasil Uji Glesjer	103
Tabel 4. 20 Hasil Pengujian Multikolinieritas	104
Tabel 4. 21 Linier Berganda	105
Tabel 4. 22 Hasil Uji Koefisien Determinasi	107
Tabel 4. 23 Hasil Uji T	108
Tabel 4. 24 Hasil Uji-F	111

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Rumus Slovin	58
Rumus 3. 2 Uji validitas Sumber : (Wibowo, 2012 : 37).....	64
Rumus 3. 3 Uji Reliabilitas	65
Rumus 3. 4 Regresi Linier Berganda	70