

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOTOR YAMAHA MIO
DI KOTA GRESIK**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Disusun Oleh :

MEI ISNANTO
NPM : 13420074

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2018**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : MEI ISNANTO
NPM : 13420074
Alamat : SIDOWUNGU RT 016 RW 04, MENGANTI,
GRESIK
Program Studi : MANAJEMEN
Fakultas : EKONOMI

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR YAMAHA MIO DI KOTA GRESIK** adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Dengan surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 19 Februari 2018
Yang membuat pernyataan



(MEI ISNANTO)
NPM : 13420074

SKRIPSI

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOTOR YAMAHA MIO DI KOTA GRESIK**

Diajukan oleh:

MEI ISNANTO

NPM : 13420074

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



WIWIK HERAWATI, SE, MM

Tanggal, 19 Februari 2018

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. SITI DJAMILAH SE., M.Si

Tanggal, 19 Februari 2018

Skripsi

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOTOR YAMAHA MIO DI KOTA GRESIK**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

MEI ISNANTO

NPM : 13420074

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Wiwik Hernawati, SE., MM.

Anggota Dewan Penguji Lain



Drs. Ec. Dwi Bhakti L.M.Si.



Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal 19 Februari 2018



Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si.
Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul :

”Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio di Kota Gresik”.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa sejak awal sampai selesainya skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Sehubungan dengan itu, penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. H. Sri Harmadji, dr. Sp. THT-KL(K)., selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Iman Karyadi, M.M., Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Dr. Ibu Siti Djamilah, S.E., M.Si., selaku Ketua Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Wiwik Herawati, S.E., M.M.,selaku Dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan tempat dalam rangka memberikan bimbingan dan arahan mulai dari awal hingga selesainya penyusunan skripsi ini.
5. Para Dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis ilmu di Fakultas Ekonomi Progam Studi Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
6. Staf Tata Usaha dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah membantu selama proses studi.

7. Kedua orang tua yang selalu mengawasi selama perkuliahan dan adik-adik yang telah banyak memberikan perhatian, dukungan dan bantuan sehingga penulis selalu bersemangat dalam menghadapi setiap hambatan.
8. Rekan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Angkatan 2013 yang telah bersama-sama sependaritan dan seperjuangan selama menempu studi pada Program Studi Manajemen.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan bantuan, doa dan motivasi sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya bagi PT. Yamaha Yes (Yamaha) sebagai dealer Motor Yamaha Mio di Gresik.

Surabaya, Januari 2018

Peneliti

(MEI ISNANTO)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor produk, harga, promosi dan distribusi terhadap keputusan pembelian Motor Yamaha Mio di Kota Gresik. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model analisis adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor produk, harga, promosi, dan distribusi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian Motor Yamaha Mio. Produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Motor Yamaha Mio dengan nilai koefisien 0,528, harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Motor Yamaha Mio dengan nilai koefisien sebesar 0,403, promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Motor Yamaha Mio dengan nilai koefisien sebesar 0,256 dan distribusi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Motor Yamaha Mio dengan nilai koefisien sebesar 0,211. Faktor yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Motor Yamaha Mio adalah produk.

Kata Kunci : Produk, Harga, Promosi, Distribusi dan Keputusan pembelian

ABSTRACT

This research aims to find the effect of product, price, promotion and distribution factors on purchasing decision Motor Yamaha Mio in Gresik. Data collection is used in questionnaires. Analysis model is multiple regression analysis. The results showed that the factor of product, price, promotion, and distribution jointly influence on purchasing decision Motor Yamaha Mio. Products partially influence on purchasing decisions Motor Yamaha Mio with coefficient value 0.528, prices partially influence on purchasing decision Motor Yamaha Mio with a coefficient value 0.403, promotion partially influence on purchasing decision Motor Yamaha Mio with a coefficient value 0.256 and a partial distribution influence on purchasing decision Motor Yamaha Mio with a coefficient value 0.211. The dominant factors influence the purchasing decision Motor Yamaha Mio is a product.

Keywords : product, price, promotion, distribution and purchasing decisions

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penelitian	7
BAB II TELAAH PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9

2.2 Strategi Pemasaran	11
2.3 Jenis-Jenis Strategi Pemasaran	23
2.4 Perilaku Konsumen	25
2.5 Pengambilan Keputusan Pembelian	27
2.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	32
2.7 Hasil Penelitian Sebelumnya	34
2.8 Hipotesis dan atau Model Analisis	36
2.8.1 Hipotesis	36
2.8.2 Model Analisis	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Lokasi dan Tempat Penelitian	38
3.2 Populasi dan Sampel	38
3.2.1 Populasi	38
3.2.2 Sampel	38
3.3 Identifikasi Variabel	39
3.4 Definisi Operasional	40
3.4.1 Variabel Bebas	40
3.4.2 Variabel Terikat	44
3.5 Jenis dan Sumber Data	45
3.5.1 Jenis Data	45
3.5.2 Sumber Data	45

3.6	Prosedur Pengumpulan Data	46
3.7	Teknik Analisis	46
3.7.1	Uji Validitas	47
3.7.2	Uji Realibilitas	48
3.7.3	Analisis Deskriptif dan Frekuensi	49
3.7.4	Uji Model Analisis	49
3.8	Uji Hipoteis	50
3.8.1	Pengujian Secara Simultan	50
3.8.2	Pengujian Secara Parsial	52
3.8.3	Pengujian Paling Dominan	54
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1	Gambaran Umum Subyek Penelitian	55
4.1.1	Deskripsi Motor Yamaha Mio	55
4.2	Hasil Penelitian	56
4.2.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.2.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	57
4.2.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	58
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian	59
4.3.1	Deskripsi Variabel Produk	60
4.3.2	Deskripsi Variabel Harga	64
4.3.3	Deskripsi Variabel Promosi	66

4.3.4 Deskripsi Variabel Distribusi	69
4.3.5 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	71
4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	74
4.4.1 Uji Validitas	74
4.4.1.1 Pengujian Instrumen Variabel Produk	74
4.4.1.2 Pengujian Instrumen Variabel Harga	74
4.4.1.3 Pengujian Instrumen Variabel Promosi	75
4.4.1.4 Pengujian Instrumen Variabel Distribusi	76
4.4.1.5 Pengujian Instrumen Variabel Keputusan Pembelian	77
4.4.2 Uji Realibilitas	77
4.5 Analisis Model atau Pengujian Hipotesis	78
4.5.1 Analisis Model	78
4.5.1.1 Uji Model Regresi Linier Berganda	78
4.5.1.2 Uji Model Koefisien Determinasi Berganda	82
4.5.2 Pengujian Hipoteis	82
4.5.2.1 Uji secara Simultan	82
4.5.2.2 Uji secara Parsial	84
4.5.2.3 Uji Dominan	89
4.6 Pembahasan	90
4.6.1 Pengaruh Variabel, Produk, Harga, Promosi dan Distribusi Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian	90

4.6.2 Pengaruh Variabel, Produk, Harga, Promosi dan Distribusi Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian	92
4.6.2.1 Pengaruh Variabel Produk Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian	92
4.6.2.2 Pengaruh Variabel Harga Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian	93
4.6.2.3 Pengaruh Variabel Promosi Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian	94
4.6.2.4 Pengaruh Variabel Distribusi Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian	95
4.6.2.5 Pengaruh yang Dominan Terhadap Keputusan Pembelian	96
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN	98
5.1 Simpulan	98
5.2 Saran	99
5.3 Keterbatasan	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

1.1 Jumlah Penjualan Motor Beat dan Mio di Indonesia	2
3.1 Derajat Realibilitas	48
4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	58
4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	59
4.4 Kategori Nilai Rata-Rata Instrumen	60
4.5 Deskripsi Nilai Frekuensi dan Rata-Rata Produk Motor Yamaha Mio	61
4.6 Deskripsi Nilai Frekuensi dan Rata-Rata Harga Motor Yamaha Mio ..	64
4.7 Deskripsi Nilai Frekuensi dan Rata-Rata Promosi Motor Yamaha Mio	66
4.8 Deskripsi Nilai Frekuensi dan Rata-Rata Distribusi Motor Yamaha Mio	69
4.9 Deskripsi Nilai Frekuensi dan Rata-Rata Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio	71
4.10 Uji Validitas Instrumen Variabel Produk	74
4.11 Uji Validitas Instrumen Variabel Harga	75
4.12 Uji Validitas Instrumen Variabel Promosi	76
4.13 Uji Validitas Instrumen Variabel Distribusi	76
4.14 Uji Validitas Instrumen Variabel Keputusan Pembelian	77
4.15 Uji Reabilitas Semua Variabel	77
4.16 Uji Model Regresi Linier Berganda	78

4.17 Uji Model Koefisien Determinasi Berganda	82
4.18 Uji Secara Simultan	83
4.19 Uji Secara Parsial	85
4.20 Nilai Standardized Coefficients Beta	89

DAFTAR GAMBAR

2.1 Model Prilaku Pembelian Konsumen	33
2.2 Kerangka Konseptual	37
3.1 Kurva Distribusi F	51
3.2 Kurva Distribusi t	53
4.1 Kurva Uji Secara Simultan	84
4.2 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian	86
4.3 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	87
4.4 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	88
4.5 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian	89

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Tabulasi
- Lampiran 3 : Input Olah Data SPSS
- Lampiran 4 : Output Olah Data SPSS