

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA DEALER YAMAHA
MULIA PABELAN KARTASURA**



SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

VEMBRA ADIN PRASETYANTO

B 100 060 149

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2011

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA DEALER YAMAHA MULIA
PABELAN KARTASURA**

Yang ditulis oleh:

VEMBRA ADIN PRASETYANTO
B 100 060 149

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Februari 2011

Pembimbing

(Ir. Irmawati, SE., M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Dr. Triyono, M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **VEMBRA ADIN PRASETYANTO**
NIRM : **06.6.106.02016.50149**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH BAURAN
PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA DEALER YAMAHA
MULIA PABELAN KARTASURA**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

FEBRUARI 2011
Surakarta,.....

Yang membuat pernyataan,

VEMBRA ADIN PRASETYANTO
.....

MOTTO

*Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan , maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh sungguhnya (urusan) yang lain dan hanya kepada tuhanlah hendaknya kamu berharap
(Qs. Al Insyirah :6-8)*

*Apa yang sudah berlalu itulah yang terbaik, keadaan yang lalu baik ataupun jelek itulah yang terbaik karena akan menjadi landasan bagi hari esok,
(Imam Al Ghozali)*

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati penulis persembahkan karya kecil ini special untuk:

- *Ibu dan Ayah tercinta yang telah memberikan kasih sayang, cinta, pengorbanan, dukungan dan kebahagiaan yang begitu indah dalam hidupku, semoga butir-butir keringat, untaian doa, dan kesabaran tiada henti akan mendapatkan balasan yang lebih baik di sisi Allah...*
- *Sahabat-sahabatku dan orang-orang yang menyayangiku.*

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara strategi pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi terhadap keputusan pembelian pada Dealer Yamaha Mulia Pabelan Kartasura. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dan bahan pemikiran bagi perusahaan untuk menentukan kebijakan pengelolaan manajemen pemasaran terutama yang berhubungan dengan keputusan pembelian konsumen dan masalah faktor strategi pemasaran yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Dealer Yamaha Mulia Pabelan Kartasura.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linier berganda dengan uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2). Populasi yang dipakai pada penelitian ini adalah seluruh konsumen Dealer Yamaha Mulia Pabelan Kartasura. Adapun sampel dari penelitian ini adalah 50 konsumen Dealer Yamaha Mulia Pabelan Kartasura dengan *convenience sampling* sebagai teknik pengambilan sampel.

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian pada Dealer Yamaha Mulia Pabelan Kartasura diperoleh hasil bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Dealer Yamaha Mulia Pabelan Kartasura. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Dealer Yamaha Mulia Pabelan Kartasura. Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Dealer Yamaha Mulia Pabelan Kartasura. Distribusi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Dealer Yamaha Mulia Pabelan Kartasura. Berdasarkan hasil analisis uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $46,322 > 2,61$ dengan probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak berarti menerima H_1 , hal ini berarti bahwa produk, harga, promosi dan distribusi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Dealer Yamaha Mulia Pabelan Kartasura. Angka koefisien determinasi atau R^2 sebesar 0,805. Hal ini berarti variasi perubahan pada keputusan pembelian konsumen di Dealer Yamaha Mulia Pabelan Kartasura dapat dijelaskan oleh perubahan produk, harga, promosi dan distribusi sebesar 80,5%. Sementara sisanya sebesar 19,5% diterangkan oleh faktor lain yang tidak ikut terobservasi. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa distribusi mempunyai nilai koefisien *beta* sebesar 0,525 yang lebih besar jika dibandingkan dengan variabel yang lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa distribusi lebih dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Dealer Yamaha Mulia Pabelan Kartasura

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

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **"ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA DEALER YAMAHA MULIA PABELAN KARTASURA"**.

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Selama penyusunan skripsi ini telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, untuk itu tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Triyono, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Agus Muqorobin, M.Si., selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Ibu Ir. Irmawati, SE., M.Si., selaku Pembimbing Skripsi yang dengan sabar dan tulus telah memberikan banyak masukan, arahan, bimbingan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Ibu Dra. Wafiatun Mukharomah., MM., selaku Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan bimbingannya selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.

6. Bapak dan ibu yang telah banyak memberikan bantuan baik materiil dan moril sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan penulisan skripsi ini.
7. Sahabat-sahabatku dan orang-orang yang menyayangiku.
8. Semua pihak yang telah membantu dan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Dengan selesainya penyusunan skripsi ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan ini masih jauh dari sempurna, maka penulis sangat berterima kasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran atau kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, Februari 2011

Penulis

VEMBRA ADIN PRASETYANTO

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Skripsi	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Pemasaran	8
B. <i>Marketing Mix</i>	20
C. Keputusan Pembelian	24
D. Kerangka Pemikiran	28
E. Penelitian Terdahulu	29
F. Hipotesis	31

BAB III	METODE PENELITIAN	31
	A. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	33
	B. Pengukuran Variabel	34
	C. Sumber Data	35
	D. Teknik Pengumpulan Data	36
	E. Metode Analisis Data	37
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
	A. Karakteristik Responden	46
	B. Pengujian Instrumen Penelitian	49
	C. Pengujian Asumsi Klasik	53
	D. Analisa Data	57
	E. Pembahasan	61
BAB V	PENUTUP	69
	A. Kesimpulan	69
	B. Keterbatasan Penelitian	70
	C. Saran	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.2.	Distribusi Responden Berdasarkan Umur	47
Tabel 4.3.	Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4.4.	Distribusi Responden Berdasarkan Penghasilan	49
Tabel 4.5.	Hasil Uji Validitas Variabel Produk (X_1)	50
Tabel 4.6.	Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_2)	50
Tabel 4.7.	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X_3)	51
Tabel 4.8.	Hasil Uji Validitas Variabel Distribusi (X_4)	51
Tabel 4.9.	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	52
Tabel 4.10.	Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.11.	Hasil Pengujian Normalitas	54
Tabel 4.12.	Hasil Pengujian Multikolinearitas	55
Tabel 4.13.	Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	56
Tabel 4.14.	Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	57
Tabel 4.15.	Hasil Uji Ketepatan Parameter Penduga (Uji t)	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Dasar Pemasaran	13
Gambar 2.2 Proses Manajemen Pemasaran	19
Gambar 2.3 Proses Keputusan Pembelian	27
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran	28