

**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