

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HOEBON DI KECAMATAN
SAMPUNG PONOROGO**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Memperoleh gelar Sarjana Strata 1



Disusun oleh:

Nama : Aringga Perwira Tama

NIM : 51411002

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA MADIUN
JUNI 2017**

Skripsi berjudul

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HOEBON DI KECAMATAN
SAMPUNG PONOROGO**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

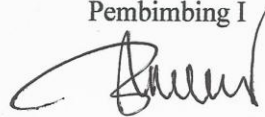
Aringga Perwira Tama (NIM : 51411002)

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh pembimbing skripsi Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Madiun, guna mencapai
sebagai tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi Program Studi Manajemen

Madiun, 05 Juni 2017

Disetujui dan diterima baik oleh

Pembimbing I



Veronica Agustini S., S.E., M.Si.
NIDN. 0717087201

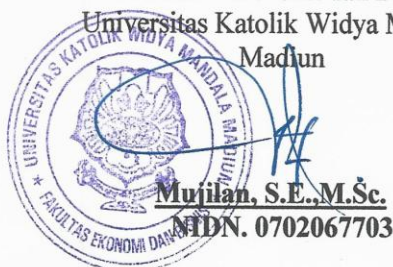
Pembimbing II



Vivi Ariyani, S.E., M.Sc.
NIDN. 0717128001

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Widya Mandala
Madiun



Mujilan, S.E., M.Sc.
NIDN. 0702067703

Ketua Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Widya Mandala
Madiun



Vivi Ariyani, S.E., M.Sc.
NIDN. 0717128001

Skripsi berjudul

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HOEBON DI KECAMATAN
SAMPUNG PONOROGO**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Aringga Perwira Tama (NIM : 51411002)

Telah dipertahankan di depan tim penguji dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima, guna melengkapi sebagian tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Sudi Manajemen

Madiun, 20 Juni 2017

Tim Penguji Skripsi

1. Dra. Dyah Kurniawati, M.Si.
NIDN. 0713126601

()

2. Ardianus Laurens P., M.Sc.
NIDN. 0721048301

()

3. Vivi Ariyani, S.E., M.Sc.
NIDN. 0717128001

()

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Dengan ini saya menyatakan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul; **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Hoebon Di Kecamatan Sampung Ponorogo”** tidak memuat karya orang lain, kecuali yang telah disebutkan dalam daftar pustaka selayaknya karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari terbukti hasil jiplakan, dengan sendirinya skripsi saya batal, dan gelar sarjana saya dicabut dan hak saya sebagai mahasiswa dibatalkan.

Madiun, 03 Juni 2017



Aringga Perwira Tama

Motto dan Persembahan

“Tuhan membiarkan semuanya terjadi dengan satu alasan. Semua itu adalah sebuah proses belajar dan kamu harus melewati setiap tingkatannya”. (Mike Tyson)

“Berusaha yang terbaik tanpa henti selama masih bisa berbuat.”

Penulis mempersembahkan kepada

1. Orang tua tercinta dan keluarga
2. Teman-temanku
3. Pendampingku kelak
4. Almamaterku

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, lokasi, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hoebon baik secara parsial maupun simultan. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh variabel bebas dalam dalam menjelaskan variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang datang ke bengkel yang dijadikan lokasi penelitian untuk membeli produk Hoebon yaitu di bengkel Anton Motor, Budi Motor, Alvin Motor, Zidane motor di area Kecamatan Sampung. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan. Hasil pengujian dengan koefisien determinasi menunjukkan bahwa 62,7% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel produk, harga, lokasi, promosi sedangkan sisanya 37,3% dijelaskan oleh variabel yang lain.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur atas berkat dan rahmat Allah SWT, serta dukungan dan partisipasi dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HOEBON DI KECAMATAN SAMPUNG PONOROGO”**

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Penulisan skripsi ini sangat penting bagi penulis karena dapat menerapkan ilmu-ilmu yang telah dipelajari selama kuliah. Sehubungan dengan selesainya penulisan skripsi ini maka penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan semangat serta doa selama proses penyusunan skripsi, yaitu :

1. Bapak Mujilan, S.E., M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.
2. Ibu Veronica Agustini S., S.E., M.Si., selaku Dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, arahan serta motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
3. Ibu Vivi Ariyani, S.E., M.Sc., selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Madiun sekaligus wali studi dan dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu,

memberikan bimbingan, arahan serta motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.

4. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Madiun, khususnya Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu dan arahan kepada penulis selama masa kuliah.
5. Pemilik bengkel-bengkel yang telah memberikan ijin untuk dijadikan penulis sebagai lokasi penelitian produk Hoebon.
6. Orang tuaku Ayahanda (Totok Hariyanto) dan Ibunda Tercinta (Ninik Sri Haryani) yang telah memberikan semangat dukungan dan doa.
7. Kakakku Indrya, Gita dan Dini yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam mengerjakan skripsi.
8. Orang-orang terkasih Ratih, Putri, Dewi, dan Anrin yang telah menjadi semangat dalam mengisi hari hariku serta memberi dukungan dan doa.
9. Teman temanku Dita, Triya, Herlin, Meyrda, Inne, Lala, Jefri dan semua teman seangkatan yang telah memberikan doa dan dukungan.
10. Adik tingkat yang telah memberikan bantuan dukungan dan doa.
11. Teman teman Prodi Manajemen Khususnya teman seangkatan dan seluruh teman-teman di Unika Widya Mandala Madiun.
12. Dan semua pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan saru persatu atas doa dan dukungannya.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan karena adanya keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai informasi bagi semua yang membutuhkan.

Madiun, 3 Juni 2017

Penulis,

Aringga Perwira Tama

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Batasan Masalah	6
E. Manfaat Penelitian	7
F. Sistematika Penulisan	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
A. Telaah Teori	9
1. Pemasaran	9
2. Perilaku Konsumen	9

a. Definisi Perilaku Konsumen	9
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen ...	10
3. Bauran Pemasaran	14
4. Produk	15
a. Definisi Produk	15
b. Macam-macam produk	16
c. Dimensi Kualitas Produk	17
5. Harga	19
a. Definisi Harga	19
b. Tujuan Penetapan Harga	19
c. Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga	21
6. Lokasi/Saluran Distribusi	22
a. Definisi Lokasi/Distribusi	22
b. Fungsi lokasi distribusi	23
c. Pemilihan Lokasi	24
d. Tipe-tipe distribusi	24
7. Promosi	26
a. Definisi Promosi	26
b. Tujuan Promosi	26
c. Bentuk Promosi	28
8. Keputusan Pembelian	30
a. Definisi Keputusan Pembelian	30
b. Proses Keputusan Pembelian	31

B. Pengembangan Hipotesis	33
1. Pengaruh Produk terhadap Keputusan Pembelian	33
2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	33
3. Pengaruh Lokasi/Distribusi terhadap Keputusan Pembelian	34
4. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	35
5. Pengaruh Produk, Harga, Lokasi/Distribusi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	36
C. Kerangka Konseptual	37
BAB III. METODE PENELITIAN	38
A. Desain Penelitian	38
B. Populasi Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	48
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	40
D. Lokasi dan Waktu Penelitian	43
E. Data dan Prosedur Pengumpulan Data	43
1. Jenis Data	43
2. Sumber Data	44
a. Data Primer	44
b. Data Sekunder	44
F. Teknik Analisis Data	45
1. Uji Kualitas Data	45
a. Uji Validitas	45
b. Uji Reliabilitas	45
2. Uji Asumsi Klasik	46

a. Uji Normalitas	46
b. Uji Multikolinearitas	47
c. Uji Autokorelasi	48
d. Uji Heteroskedastisitas	48
3. Regresi Linier Berganda	49
4. Koefisien Determinasi (R^2)	50
5. Pengujian Hipotesis	50
a. Uji t (parsial)	50
b. Uji F (simultan)	51
BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	53
A. Data Penelitian	53
1. Gambaran Umum wilayah	53
2. Produk Hebon	53
a. Profil Produk Hoebon	53
3. Karakteristik Responden	55
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	57
4. Deskripsi Variabel Penelitian	58
B. Hasil Penelitian	67
1. Uji Kualitas Data	67
a. Uji Validitas	67

b. Uji Reliabilitas	69
2. Uji Asumsi Klasik	70
a. Uji Normalitas	70
b. Uji Multikolinearitas	71
c. Uji Autokorelasi	71
d. Uji Heteroskedastisitas	72
3. Analisis Regresi Linier Berganda	73
4. Koefisien Determinasi	74
5. Pengujian Hipotesis	75
a. Uji t (parsial)	75
b. Uji F (simultan)	76
C. Pembahasan	77
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	85
A. Kesimpulan	85
B. Implikasi Manajerial.....	86
C. Keterbatasan	87
D. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	
Lampiran	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	37
Gambar 4.1 Gambar Produk Hoebon	54
Gambar 4.2 Gambar Diagram Plot	70

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Tabel proporsi pengambilan sampel	40
Tabel 3.2	Tabel Definisi Operasional	41
Tabel 4.1	Tabel Jenis kelamin	55
Tabel 4.2	Tabel Usia	56
Tabel 4.3	Tabel Pekerjaan	56
Tabel 4.4	Tabel Penghasilan per bulan	57
Tabel 4.5	Tabel Rentang Skala	58
Tabel 4.6	Hasil tanggapan responden berdasarkan variabel produk ..	59
Tabel 4.7	Hasil tanggapan responden berdasarkan variabel harga ...	61
Tabel 4.8	Hasil tanggapan responden berdasarkan variabel lokasi	62
Tabel 4.9	Hasil tanggapan responden berdasarkan variabel promosi ..	63
Tabel 4.10	Hasil tanggapan responden berdasarkan variabel keputusan Pembelian	65
Tabel 4.11	Uji Validitas Produk	67
Tabel 4.12	Uji Validitas Harga	67
Tabel 4.13	Uji Validitas Lokasi	68
Tabel 4.14	Uji Validitas Promosi	68
Tabel 4.15	Uji Validitas Keputusan Pembelian	69
Tabel 4.16	Uji Reliabilitas	69
Tabel 4.17	Uji Multikolinearitas	71
Tabel 4.18	Uji Autokorelasi	71
Tabel 4.19	Uji Heteroskedastisitas	72

Tabel 4.20 Analisis Regresi Linier Berganda	73
Tabel 4.21 Uji Koefisien Determinasi	74
Tabel 4.22 Uji t	75
Tabel 4.23 Uji F	76

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Surat Permohonan Pengisian Kuesioner

LAMPIRAN 2 Hasil Karakteristik Responden dan Hasil Kuesioner

LAMPIRAN 3 Hasil Uji Kualitas Data

LAMPIRAN 4 Hasil Uji Asumsi Klasik

LAMPIRAN 5 Hasil Regresi, Koefisien Determinasi dan Uji hipotesi

LAMPIRAN 6 Daftar Tabel r, Durbin-Watson (DW), Tabel t