

**“ANALISIS BAURAN PEMASARAN YANG MENJADI
PERTIMBANGAN PEMBELI DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOBIL DI SHOWROOM GALIPAT MOTOR MALANG”**

SKRIPSI

*Untuk Memenuhi Persyaratan
Dalam Mempemperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi*



Disusun oleh :

Shinta Rizki Adriani

K.2016.1.33764

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) MALANGKUÇEWARA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

MALANG

2020

SKRIPSI

ANALISIS BAURAN PEMASARAN YANG MENJADI PERTIMBANGAN PEMBELI DALAM
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DI SHOWROOM GALIPAT MOTOR MALANG

Oleh :

SHINTA RIZKI ADRIANI

K.2016.1.33764

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :

25 Agustus 2020 dan dinyatakan LULUS

Menyetujui,

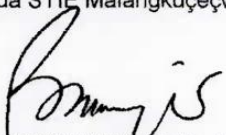
Dosen Pembimbing

ttd

Drs. AGUSSALIM ANDRIANSYAH , MM.

Mengetahui,

Ketua STIE Malangkuçeçwara


Drs. BUNYAMIN, M.M., Ph.D.
NIK 202.710.182

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 14 Agustus 2020

METERAI
TEMPEL
30869AHF56772013
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Mahasiswa
ttd
Stidia

NPK: K.2016.1.33764

SURAT KETERANGAN RISET

SURAT KETERANGAN RISET

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Vreegal Yundhan
Jabatan : Pemilik Showroom
Tempat Penelitian : Showroom Galipat Motor Malang
Alamat penelitian :Jl. S. Supriadi No. 159A, Sukun, Kota Malang.

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas:

Nama : Shinta Rizki Adriani
NPK : K.2016.1.33764
Jurusan : Manajemen
Perguruan Tinggi : STIE Malangkucecwara

Telah selesai melakukan penelitian pada konsumen Showroom Galipat Motor Malang dengan cara menyebar kuesioner mulai tanggal 13 Januari 2020 – 13 Februari 2020 guna memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Bauran Pemasaran yang Menjadi Pertimbangan Pembeli dalam Keputusan Pembelian Mobil di Showroom Galipat Motor Malang”.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Malang, 18 Februari 2020

Pemilik Showroom,

354 GALIPAT MOTOR
Jl. S. SUPRIADI MOBIL TIKAR TAMBAH
DAN CREDIT
JL. S. SUPRIADI 159 A - MALANG
Telp. 0341-4321-08123365124-081252282518

Vreegal Yundhan

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji serta syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan dari penyusunan skripsi yang memiliki judul “Analisis bauran pemasaran yang menjadi pertimbangan pembeli dalam keputusan pembelian di Showroom Galipat Motor Malang” dengan sebaik-baiknya dan sesuai dengan harapan penulis. Penyusunan penelitian skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada jurusan studi manajemen di STIE Malangkuçeçwara.

Dengan telah terselesaikannya skripsi ini, tidak lupa penulis mengucapkan sebesar-besarnya terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi hikmat serta memberikan ketenangan kepada penulis saat mengalami kesulitan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Bapak Drs. Bunyamin, M.M., Ph.D., selaku Ketua STIE Malangkuçeçwara.
3. Ibu Dra. Lindananty, MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Bapak Drs. Gatot Sudjono, MA selaku dosen wali dari penulis
5. Bapak Drs. Agusshalim Andriansyah, MM. selaku dosen pembimbing dan dosen wali yang selalu memberikan motivasi dan masukan dalam proses perkuliahan hingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi.
6. Seluruh bapak serta ibu dosen yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang telah membantu penulis dari awal masuk kuliah hingga akhirnya dapat menyelesaikan skripsi.
7. Mama dan Papa tercinta yang telah memberikan semangat dan juga telah memberi banyak bantuan kepada penulis agar tetap fokus serta bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
8. Saudara saudaraku khususnya kakak dan keponakan tercinta dari penulis yang telah mendukung dan sebagai penghibur dalam menghadapi banyak kendala saat penyelesaian skripsi ini.

9. Sahabat-sahabat kuliah dari penulis yaitu Ferinanda Hadiningtyas, Sindy Devi Ratnasari, Eli Pratamasari, Satya Reddy yang telah mendukung dan menyemangati penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman seperbimbingan dari penulis yaitu Niken Hardianti Pradani yang telah berjuang bersama melewati susah senang dalam mengerjakan skripsi ini.
11. Sahabat-sahabat dari penulis yaitu Laras Maya, Amalia Dwi, Chintya, Ersya Putra yang telah mendoakan dan menyemangati penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman kelas C yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah menjadi partner sekelas dari penulis hingga akhirnya sama-sama telah menyusun dan menyelesaikan skripsi.
13. Serta seluruh orang yang telah memberikan dukungan, masukan, motivasi, serta dukungan moril kepada penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu dikarenakan keterbatasan penulis mengingat siapa-siapa saja orangnya.

Sehingga penulis memahami sebagai penyusun dari skripsi ini menyadari bahwa dalam skripsi ini masih banyak kekurangan atau kesalahan yang tidak disengaja, maka dari itu penulis mengharapkan kritik serta saran yang dapat membangun. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat memberikan inspirasi bagi penulis selanjutnya dalam melakukan penelitian yang serupa nantinya. Semoga Allah SWT dapat memberikan balasan yang berlimpah kepada semua yang membaca skripsi ini.

Malang, 14 Agustus 2020

Penulis,

Shinta Rizki Adriani

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian mobil pada Showroom Galipat Motor Malang. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuisioner yang menggunakan teknik *agree-disagree scale*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Showroom Galipat Motor Malang. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 30 responden. Analisis data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji f dan uji t serta analisis koefisiensi determinasi (R^2)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel produk, harga, promosi dan lokasi secara individual berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian produk, harga, promosi dan lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil pada Showroom Galipat Motor Malang.

Kata kunci: Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Keputusan Pembelian

Abstract

This study aims to determine the effect of the product, price, promotion and location on car purchasing decisions in the Galipat Motor Showroom Malang. This research was conducted with a questionnaire method that uses the agree-disagree scale technique. The population in this study is the consumers of Galipat Motor Showroom Malang. The sample in this study were 30 respondents. Analysis of the data obtained in the form of quantitative analysis. Quantitative analysis includes validity and reliability, normality test, multicollinearity test, heteroskedasticity test, f test and t test as well as coefficient of determination (R²) analysis

The results of this study indicate that all product variables, price, promotion and location individually influence the purchasing decision. Thus the product, price, promotion and location have a positive and significant influence on car buying decisions at the Galipat Motor Showroom Malang.

Keywords: Product, Price, Promotion, Location, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa Karena berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi guna memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai gelar sarjana Ekonomi di STIE Malangkuçeçwara Malang. Adapun Judul dalam skripsi ini adalah “Analisis Bauran Pemasaran yang menjadi pertimbangan pembeli dalam keputusan pembelian mobil di Showroom Galipat Motor Malang”.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena menyadari segala keterbatasan yang ada. Untuk itu, Demi sempurnanya skripsi ini penulis membutuhkan dukungan dan menyumbangkan pikiran yang berupa kritik dan saran yang bersifat membangun

Malang, 14 Agustus 2020
Penulis,

Shinta Rizki Adriani

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Pernyataan Orisinalitas.....	iii
Surat Keterangan Riset.....	iv
Riwayat Hidup	v
Ucapan Terima Kasih.....	vi
Abstrak	viii
<i>Abstract</i>	ix
Kata Pengantar	x
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat teoritis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Pemasaran	6
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran.....	6
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	7
2.1.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran	7
2.1.3 Product	8

2.1.3.1	Pengertian Product.....	8
2.1.3.2	Penerapan Strategi Product.....	9
2.1.4	Price	10
2.1.4.1	Pengertian Price	10
2.1.4.2	Faktor Dalam Menyusun Kebijakan Harga	10
2.1.4.3	Strategi Untuk Meningkatkan Penjualan	11
2.1.5	Place	12
2.1.5.1	Pengertian Place	12
2.1.5.2	Faktor Yang Harus Dipertimbangkan	12
2.1.6	Promotion.....	14
2.1.6.1	Pengertian Promotion	14
2.1.6.2	Tujuan Promotion	14
2.1.6.3	Macam-macam Bauran Promotion.....	15
2.1.7	Keputusan Pembelian.....	16
2.1.7.1	Pengertian Keputusan Pembelian	16
2.1.7.2	Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	17
2.2	Penelitian Terdahulu	17
2.3	Kerangka Konseptual	20
2.4	Pengembangan Hipotesis	20
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian.....	23
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	23
3.2.1	Definisi Variabel	23
3.2.2	Variabel Penelitian	24
3.2.2.1	Variabel Bebas.....	24
3.2.2.2	Variabel Terikat.....	25
3.3	Populasi dan Sampel	25
3.3.1	Populasi.....	26
3.3.2	Sampel.....	26
3.4	Sumber Data.....	27
3.4.1	Data Primer	27

3.4.2 Data Sekunder	28
3.5 Metode Pengumpulan Data	28
3.6 Teknik Analisis Data	28
3.6.1 Uji Instrumen	28
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	29
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda	29
3.6.4 Uji Hipotesis	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	32
4.1.1 Gambaran Umum Showroom Galipat Motor Malang	32
4.2 Gambaran Umum Responden	32
4.2.1 Karakteristik Responden	32
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	35
4.4 Analisis Data	40
4.4.1 Uji Validitas	40
4.4.2 Uji Reliabilitas	41
4.5 Uji Asumsi Klasik	41
4.5.1 Uji Normalitas	41
4.5.2 Uji Multikolinieritas	43
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	44
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda	44
4.7 Uji F (Simultan)	50
4.8 Uji T (Parsial)	51
4.9 Interpretasi	54
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Kontribusi Penelitian	58
5.3 Keterbatasan Penelitian	59
5.4 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	63

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 4.1 Deskripsi Jenis Kelamin Respoden.....	32
Tabel 4.2 Deskripsi Usia Responden	32
Tabel 4.3 Deskripsi Pekerjaan Responden.....	33
Tabel 4.4 Distribusi freskuensi variabel Product (X1)	35
Tabel 4.5 Distribusi freskuensi variabel Price (X2)	36
Tabel 4.6 Distribusi freskuensi variabel Place (X3)	37
Tabel 4.7 Distribusi freskuensi variabel Promotion (X4)	38
Tabel 4.8 Distribusi freskuensi variabel Keputusan Pembelian (Y)	39
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	40
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.11 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	42
Tabel 4.12 Uji Multikolinieritas	43
Tabel 4.13 Koefisien Regresi Model 1	46
Tabel 4.14 Model Summary Model 1	46
Tabel 4.15 Koefisien Regresi Model 2	47
Tabel 4.16 Model Summary Model 2	47
Tabel 4.17 Koefisien Regresi Model 3	48
Tabel 4.18 Model Summary Model 3	48
Tabel 4.19 Koefisien Regresi Model 4	49
Tabel 4.20 Model Summary Model 4	49
Tabel 4.21 Uji F	51
Tabel 4.22 Uji T	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	20
Gambar 4.1 Uji Normalitas	41
Gambar 4.2 Uji Heteroskedasitas	43
Gambar 4.3 Jalur Regresi	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kertas bimbingan BAB 1-3	61
Lampiran 2 Kerts bimbingan BAB 4-5	63
Lampiran 3 Kuesioner.....	65
Lampiran 4 Rekap Hasil Kuesioner	68
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	72
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas	73