

**PENGARUH PRODUK, HARGA, DISTRIBUSI DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPEDA
MOTOR YAMAHA NEW V-IXION**

SKRIPSI

NAMA : MUHAMMAD HAYKAL

NIM : 43109010059



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2014

**PENGARUH PRODUK, HARGA, DISTRIBUSI DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPEDA
MOTOR YAMAHA NEW V-IXION**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen S-1**

NAMA : MUHAMMAD HAYKAL

NIM : 43109010059



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2014

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Haykal

NIM : 43109010059

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 22 Juli 2014



(Muhammad Haykal)

43109010059

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Haykal

NIM : 43109010059

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi : "PENGARUH PRODUK, HARGA, DISTRIBUSI, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA NEW V-IXION"

Tanggal Ujian Skripsi : 22 Juli 2014

Disahkan Oleh:

Pembimbing Skripsi



Arief Bowo Prayoga K, SE, MM

Tanggal: 5/8/2014

Ketua Penguji



Dr. Anik Hermaningsih, MSi

Tanggal: 7-8-2014

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Wiwik Utami, AK.,MS.,CA

Tanggal : 6-8-2014

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Rina Astini, MM

Tanggal : 6/8 2014.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Allah S.W.T Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan nikmat sehat serta kekuatan kepada penulis, sehingga atas ridhonya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian**”. Skripsi ini disusun untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada segenap pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Untaian terima kasih yang dalam penulis tujukan kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Arief Bowo Prayoga K, SE.,MM selaku dosen pembimbing, terima kasih atas segala pengorbanan waktu, tenaga, nasehat yang telah diberikan kepada saya.
3. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat.
4. Ibu dan Abi tercinta, Elija Abud dan Umar Mahdan yang selalu mengiringi dalam doa, bimbingan, nasihat, kasih sayang, ilmu dan segalanya yang telah diberikan. Saya sangat bangga dan bersyukur dilahirkan dan mempunyai orang tua seperti kalian.

5. Adik tercinta, Ulfah Salamah, Yasmin Firoh, dan Ahmad faisal yang selalu memberikan semangat, pengarahan, solusi, motivasi dan menghibur disaat pikiran terasa penat.
6. Nurul Yazid, Relvin, Rahmadi Widodo, Setyo Ardhi, Fariz Kelly terima kasih atas bimbingan, pengorbanan waktu dan kesabarannya dalam mengajari saya.
7. Sahabat-sahabat tercinta Crew 18+ dan MORON BROTHERS, untuk dukungan, bantuan, kebahagiaan, dan persahabatan yang kalian berikan.
8. Seluruh pihak yang telah membantu. Namun tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas doa dan motivasinya sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya atas kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini, dan untuk itulah semua saran-saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini serta besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah khasanah ilmu pengetahuan bagi kita semua. Amin ya Rabbal a'lam.

Jakarta, Juli 2014

Muhammad Haykal

43109010059

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	v
KATA PENGANTAR	vii
.....	vii
i	
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
.....	xii
i	
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Pembatasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	5
1.4.1 Tujuan Penelitian	5
1.4.2 Kontribusi Penelitian.....	5
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Pemasaran	7
2.1.1 Definisi Pemasaran	7
2.1.2 Konsep Pemasaran	7
2.2 Manajemen Pemasaran	8
2.3 Bauran Pemasaran	8

2.3.1 Produk	9
2.3.2 Harga	10
2.3.3 Distribusi	12
2.3.4 Promosi	13
2.4 Keputusan Pembelian	15
2.4.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	15
2.4.2 Tahap Tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian	16
2.5 Hubungan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian	17
2.5.1 Hubungan Produk Terhadap Keputusan Pembelian	18
2.5.2 Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	18
2.5.3 Hubungan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian	18
2.5.4 Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	18
2.6 Penelitian Terdahulu	19
2.7 Kerangka Penelitian.....	20
2.8 Hipotesis	20

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	22
3.1.1 Lokasi Penelitian	22
3.1.2 Sejarah Perusahaan	22
3.1.3 Profil Perusahaan	24
3.1.4 Visi dan Misi Perusahaan.....	26
3.2 Metode Penelitian	27
3.3 Populasi Dan Sampel Penelitian	27
3.3.1 Populasi	27
3.3.2 Sampel	28
3.4 Variabel Dan Skala Pengukuran	29
3.4.1 Variabel Penelitian	29
3.4.2 Skala Pengukuran Variabel	29
3.5 Definisi Operasional Variabel Dan Indikator	30
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	33

3.7 Data Dan Pengambilan Data	34
3.8 Metode Analisis Data	34
3.8.1 Uji Validitas	34
3.8.2 Reliabilitas	34
3.9 Uji Asusmsi Klasik.....	35
3.9.1 Uji Normalitas	35
3.9.2 Uji Multikolinearitas	36
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas	37
3.10 Analisis Regresi Linier Berganda	38
3.11 Uji Hipotesis	38
3.11.1 Uji Koefisien Determinasi	38
3.11.2 Uji Parsial	39
3.11.3 Uji Simultan	40

BAB IV ANALISIS DATA DAN HASIL PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden.....	42
4.1.1 Responden Menurut Jenis Kelamin	42
4.1.2 Responden Menurut Usia.....	42
4.1.3 Responden Menurut Semester.....	43
4.1.4 Responden Menurut Uang Saku	44
4.2 Karakteristik Tanggapan Responden.....	44
4.2.1 Tanggapan Responden Variabel Produk.....	45
4.2.2 Analisis Variabel Produk	48
4.2.3 Tanggapan Responden Variabel Harga.....	49
4.2.4 Analisis Variabel Harga	52
4.2.5 Tanggapan Responden Variabel Distribusi	53
4.2.6 Analisis Variabel Distribusi	56
4.2.7 Tanggapan Responden Variabel Promosi	57
4.2.8 Analisis Variabel Distribusi Promosi	61
4.2.9 Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian	63
4.2.10 Analisis Variabel Keputusan Pembelian	67

4.3 Analisis Uji Data	68
4.3.1 Uji Validitas	68
4.3.2 Uji Reliabilitas	70
4.4 Uji Asumsi Klasik	71
4.4.1 Uji Normalitas	71
4.4.2 Uji Multikolinearitas	72
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	73
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	75
4.6. Uji Hipotesis	76
4.6.1 Uji Koefisien Determinasi	76
4.6.2 Uji Parsial	76
4.6.3 Uji Simultan	77

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Latar belakang	1
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Maksimal.....	30
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Menurut Semester	43
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku	44
Tabel 4.5 Tanggapan Responden.....	45
Tabel 4.6 Tanggapan Responden.....	46
Tabel 4.7 Tanggapan Responden.....	46
Tabel 4.8 Tanggapan Responden.....	47
Tabel 4.9 Tanggapan Responden.....	48
Tabel 4.10 Analisis Variabel Produk.....	49
Tabel 4.11 Tanggapan Responden.....	50
Tabel 4.12 Tanggapan Responden.....	50
Tabel 4.13 Tanggapan Responden.....	51
Tabel 4.14 Tanggapan Responden.....	51
Tabel 4.15 Tanggapan Responden.....	52
Tabel 4.16 Analisis Variabel Harga.....	53
Tabel 4.17 Tanggapan Responden.....	54
Tabel 4.18 Tanggapan Responden.....	54
Tabel 4.19 Tanggapan Responden.....	55
Tabel 4.20 Tanggapan Responden.....	55
Tabel 4.21 Tanggapan Responden.....	56
Tabel 4.22 Analisis Variabel Distribusi.....	57
Tabel 4.23 Tanggapan Responden.....	58
Tabel 4.24 Tanggapan Responden.....	58
Tabel 4.25 Tanggapan Responden.....	59
Tabel 4.26 Tanggapan Responden.....	60

Tabel 4.27 Tanggapan Responden.....	60
Tabel 4.28 Tanggapan Responden.....	61
Tabel 4.29 Analisis Variabel Promosi	62
Tabel 4.30 Tanggapan Responden.....	63
Tabel 4.31 Tanggapan Responden.....	63
Tabel 4.32 Tanggapan Responden.....	64
Tabel 4.33 Tanggapan Responden.....	65
Tabel 4.34 Tanggapan Responden.....	65
Tabel 4.35 Tanggapan Responden.....	66
Tabel 4.36 Analisis Variabel Keputusan Pembelian	67
Tabel 4.37 Hasil Uji Validitas Produk.....	68
Tabel 4.38 Hasil Uji Validitas Harga.....	69
Tabel 4.39 Hasil Uji Validitas Distribusi.....	69
Tabel 4.40 Hasil Uji Validitas Promosi	70
Tabel 4.41 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	70
Tabel 4.42 Hasil Uji Reliabilitas	71
Tabel 4.43 Hasil Uji Normalitas.....	72
Tabel 4.44 Hasil Uji Multikolonieritas	73
Tabel 4.45 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	75
Tabel 4.46 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi.....	76
Tabel 4.47 Hasil Uji Parsial	76
Tabel 4.48 Hasil Uji Simultan	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	20
Gambar 3.1 Operasional Variabel dan Indikator.....	31
Gambar 3.2 Operasional Variabel dan Indikator.....	31
Gambar 3.3 Operasional Variabel dan Indikator.....	32
Gambar 3.4 Operasional Variabel dan Indikator.....	32
Gambar 3.5 Operasional Variabel dan Indikator.....	33
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	84
Lampiran 2 : Daftar Karakteristik Responden.....	90
Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas.....	91
Lampiran 4 : Hasil Uji Reliabilitas	95
Lampiran 5 : Hasil Uji Asumsi Klasik.....	97
Lampiran 6 : Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	98
Lampiraan 7 : Hasil Uji Hipotesis	99