

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP PERILAKU
PEMBELIAN MOTOR YAMAHA SCORPIO 225 CC
DI UNIVERSITAS MERCU BUANA**

SKRIPSI

Nama: Eggy Nugraha

NIM: 43106010136



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2011**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TEHADAP PERILAKU
PEMBELIAN MOTOR YAMAHA SCORPIO 225 CC
DI UNIVERSITAS MERCU BUANA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Management – Strata 1

Nama : Eggy Nugraha

NIM : 43106010136



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2011

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eggy Nugraha

NIM : 43106010136

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, September 2011

(Eggy Nugraha)

NIM: 413106010136

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Eggy Nugraha
NIM : 43106010136
Program Studi : Manajemen S1
Judul Skripsi : PENGARUH BAURAN PEMASARAN
TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN MOTOR
YAMAHA SCORPIO 225 cc DI UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Tanggal Lulus Ujian : 22 september 2011

Disahkan oleh :

Pembimbing Skripsi

(Rina Astini , SE, MM)

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi Manajemen S1

(Dr. Wiwik Utami, Ak, MS)

(Arief Bowo Prayoga, SE, MM)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP PERILAKU
PEMBELIAN MOTOR YAMAHA SCORPIO 225 cc
DI UNIVERSITAS MERCUBUANA**

Dipersiapkan dan Disusun oleh:

Eggy Nugraha

43106010136

Telah Dipertahankan didepan Dewan Penguji pada tanggal 22 September 2011

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji Pembimbing Skripsi

(Rina Astini , SE, MM)

Anggota Dewan Penguji

(Muhammad Rizky, BBA, MBA)

Anggota Dewan Penguji

(Luna Haningsih, SE, ME)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul pengaruh bauran pemasaran terhadap perilaku pembelian motor Yamaha Scorpio 225 cc di Universitas Mercu Buana.

Salawat serta salam penulis curahkan kehadiran baginda besar Nabi Muhammad SAW hanya karenanya kita semua sebagai umat muslim dapat terbebas dari zaman kegelapan (jahiliyah) ke zaman terang benderang seperti sekarang ini.

Besar harapan penulis agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi perusahaan dan orang – orang yang membutuhkan, terutama bagi penulis sendiri. Penulis penelitian ini memang jauh daripada sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari para pembaca agar penelitian ini dapat lebih sempurna.

Taklupa juga penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan penelitian ini, yaitu :

1. Kepada kedua orang tuaku yang telah memberikan semangat, do'a, nasehat-nasehat, serta dukungan baik moril maupun materil kepada penulis.

Pengorbanan dan kasih sayang yang telah mereka berikan kepada penulis takakan pernah terlupakan sampai akhir hayat dan tak akan mampu terbalaskan dengan apapun. Sangat besar harapan penulis agar kelak penulis dapat membahagiakan kedua orang tua sebagaimana mereka membahagiakan penulis. Ibu dan ayah tercinta, saya ucapkan beribu-ribu terima kasih kepadamu. Pengorbanan kalian tak akan pernah ku sia-siakan sampai kapanpun.

2. Kepada adik-adikku tercinta yang telah banyak memberikan dukungan baik moril maupun materil kepada penulis. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Kepada Ibu. Dra. Yuli Harwani, MM. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
4. Kepada Bpk. Arif Bowo Prayoga K, SE, MM. Selaku Ketua Program Studi Manajemen S1.
5. Kepada Ibu. Hesti Maheswari, SE, Msi. Selaku Pembimbing akademik yang telah membantu penulis selama kuliah.
6. Kepada Bpk. Wawan Purwanto, Ir, Drs, MM. Selaku Pembimbing skripsi, terima kasih sebesar-besarnya atas bimbingan yang telah engkau berikan.
7. Kepada Bpk/Ibu dosen Fakultas Ekonomi, terima kasih sebesar – besarnya atas ilmu, Pengetahuan dan pengalaman yang telah diberikan.
8. Kepada Staf Tata Usaha, Staf perpustakaan, BAA (Biro Administrasi Akademik) dan BAK (Biro Administrasi Keuangan) yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini

9. Kepada sahabat-sahabat terbaikku angkatan 2006 yaitu Abadi, Dayat, Savik, Ardianto, Angga, Alfian, Vita, Dilla, Rateh, Lita dan yang lainnya, Apabila tidak disebutkan penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya hanya kepada kalian-kalian lah penulis dapat mengalami rasanya susah dan senang. Ingatlah kalau kita pernah selalu berjanji untuk tetap bersahabat sampai kapan pun, Semangat teman-teman!!
10. Kepada rekan-rekan saya diluar jurusan manajemen 2006 yaitu Darul, Pa dimas, Aril dan momo jangan pernah menyerah sama keadaan.
11. Kepada seorang wanita yang saat ini ada dalam kehidupanku, mengisi hari-hariku yaitu “**Anis Putrianingrum**” terima kasih atas dukungan yang luar biasa darimu selama ini.” ***Kau Selalu Ada Di Saat Ku membutuhkanmu***”
12. Kepada keluarga besarku alm. Om Yusuf dan Om yang selalu ada untuk saya disaat saya memerlukan pertolongan

Tak ada dukungan, doa, dan semangat yang kalian berikan kepada penulis, penulisan skripsi ini tidak akan berjalan lancar. Untuk semuanya terima kasih.

Wassalamualaikum Wr, Wb.

Jakarta, September 2011

(Eggy Nugraha)

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	0
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	1
LEMBAR DEWAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	2
KATA PENGANTAR.....	3
DAFTAR ISI.....	6
ABSTRAC.....	7
BAB 1 PENDAHULUAN.....	8
1.1 Latar Belakang Penelitian	8
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
 BAB II LANDASAN TEORI.....	12
A. Pengertian Management Pemasaran	12
B. Bauran Pemasaran	13
C. Perilaku Konsumen	27
D. Pengaruh bauran pemasaran terhadap perilaku pembeli Konsumen	30
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	32
Objek Penelitian.....	32

Lokasi Penelitian	26
Hipotesis dan Skala pengukurannya	33
A. Variabel dan skala pengukurannya	34
B. Definisi Operasional Variabel	35
C. Metode Pengumpulan Data	36
D. Jenis Data	37
E. Populasi dan Sampel	37
F. Metode Analisa Data.....	39
 BAB IV ANALISI DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Karakteristik Responden	44
4.2 Analisis Hasil Kuisioner tentang bauran pemasaran	46
4.3 Analisa hasil kuisioner tentang perilaku pembeli	57
 BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran	86
 DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	