

**PENGARUH PRODUK, HARGA, TEMPAT DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA VARIO
TECHNO STUDI KASUS AREA CILEDUG**

SKRIPSI

Nama : Muhammad Oktarian Indra Pratama

NIM : 43110010033



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2015

**PENGARUH PRODUK, HARGA, TEMPAT DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA VARIO
TECHNO STUDI KASUS AREA CILEDUG**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen – Strata 1**

**Nama : Muhammad Oktarian Indra Pratama
NIM : 43110010033**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2015**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Oktarian Indra Pratama

NIM : 43110010033

Program Studi : Manajemen SI

Meyatakan bahawa 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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, Juni 2015



Muhammad Oktarian Indra Pratama

NIM : 43110010033

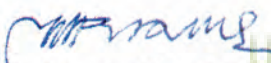
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

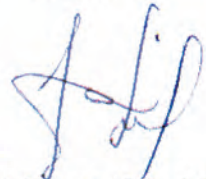
Nama : Muhammad Oktarian Indra Pratama
NIM : 43110010033
Program Studi : Manajemen S-1
Judul Skripsi : Pengaruh Produk, Harga, Distribusi dan Promosi terhadap
Keputusan Pembelian Motor Honda Vario Techno Studi
Kasus Area Ciledug
Tanggal Lulus Ujian: 25 Juni 2015

Disahkan oleh:

Pembimbing Skripsi

Ketua Penguji


Tafiprios, SE., MM.


Tri Wahyono, SE., MM.

Tanggal :

Tanggal :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program S1 Manajemen



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



Dr. Rina Astini, SE., MM.

Tanggal : 7-7-2015

Tanggal: 7/7 2015

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, syukur Alhamdulillah penulis panjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH PRODUK, HARGA, DISTRIBUSI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA VARIO TECHNO STUDI KASUS AREA CILEDUG” ini tepat pada waktunya.

Di dalam penulisan ini, penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, baik dalam pengumpulan data, penyajian isi, maupun teknik penulisan. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar- besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis di dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Dr. Arisetyanto Nugroho, MM. selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Prof. Dr. Wiwik Utami, AK., MS., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
3. Dr. Rina Astini., SE., MM selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
4. Bapak Tafiprios.,SE.,MM selaku pembimbing Skripsi yang membantu membimbing dan memberikan pengarahan yang bermanfaat dalam penyusunan penulisan skripsi ini.

5. Seluruh dosen fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang telah sabar memberikan banyak ilmu kepada penulis selama perkuliahan.
6. Terimakasih kepada responden telah membantu penulis untuk melakukan penelitian sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu.
7. Secara khusus penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada Ayahanda penulis serta Ibunda tercinta, Bpk Heri Wibowo, dan Ibu Anjar Ekowati dan keluarga yang telah memberikan dukungan secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
8. Terima kasih kepada sahabat-sahabat B3 terdekat Iwo, Madun, Vermes, Ucil, Fraw, Doli, Avie, Cagur, Adi, yang selalu memberi semangat dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu.
9. Dan penulis ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang sudah banyak memberikan masukan, dukungan serta semangat sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis sadar skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangannya. Untuk itu penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun, semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik atas semua kebaikan yang telah diberikan dan semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi para pembaca.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Pemasaran	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran	7
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2.2 Bauran Pemasaran	9
2.3 Produk (<i>Product</i>)	9
2.3.1 Pengertian Produk	9

2.3.2	Tingkatan Produk	11
2.3.3	Klasifikasi Produk	11
2.4	Harga (<i>Price</i>).....	14
2.4.1	Pengertian Harga	14
2.4.2	Dimensi Harga.....	14
2.4.3	Orientasi Penetapan Harga	15
2.4.4	Tujuan Penetapan Harga.....	16
2.5	Distribusi (<i>Place</i>)	17
2.5.1	Pengertian Distribusi	17
2.5.2	Faktor Yang Mempengaruhi Distribusi.....	17
2.6	Promosi (<i>Promotion</i>).....	18
2.6.1	Pengertian Promosi.....	18
2.6.2	Tujuan Promosi	19
2.6.3	Bauran Promosi	20
2.7	Keputusan Pembelian	21
2.7.1	Pengertian Keputusan Pembelian	21
2.7.2	Proses Keputusan Pembelian.....	22
2.8	Penelitian Terdahulu.....	24
2.9	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	26
2.9.1	Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.9.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.9.3	Pengaruh Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian ..	26
2.9.4	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelia.....	27
2.10	Hipotesis Penelitian.....	28

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Objek Penelitian	30
3.1.1 Lokasi Penelitian	30
3.1.2 Sejarah dan Profil Perusahaan	30
3.1.3 Visi dan Misi	32
3.2 Desain Penelitian	33
3.3 Skala Pengukuran Variabel	33
3.4 Definisi Operasional Variabel	34
3.5 Metode Pengumpulan Data	36
3.6 Jenis Data	37
3.7 Populasi dan Sampel	37
3.7.1 Populasi	37
3.7.2 Sampel	38
3.8 Metode Analisis Data	38
3.8.1 Uji Instrumen Penelitian	39
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	40
3.8.3 Analisis Regresi Berganda	42
3.8.4 Uji Hipotesis	43
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Karakteristik Responden	47
4.2 Analisis Data	50
4.2.1 Uji Validitas	50
4.2.2 Uji Realibilitas	53
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	54

4.3	Regresi Linier Berganda.....	58
4.4	Pengujian Hipotesis.....	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		65
5.1	Simpulan.....	65
5.2	Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA		67
LAMPIRAN-LAMPIRAN		68



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Motor Matic	3
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	24
Tabel 3.1 Indikator Variabel Produk.....	34
Tabel 3.2 Indikator Variabel Harga	35
Tabel 3.3 Indikator Variabel Distribusi	35
Tabel 3.4 Indikator Variabel Promosi.....	35
Tabel 3.5 Indikator Variabel Keputusan Pembelian	36
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	47
Tabel 4.2 Usia Responden.....	48
Tabel 4.3 Lama Penggunaan Motor.....	49
Tabel 4.4 Uji Validitas	51
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.6 Uji Normalitas.....	55
Tabel 4.7 Uji Multikolonieritas.....	56
Tabel 4.8 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	58
Tabel 4.9 Uji Determinasi (R^2)	61
Tabel 4.10 Uji T	62
Tabel 4.11 Uji F	64

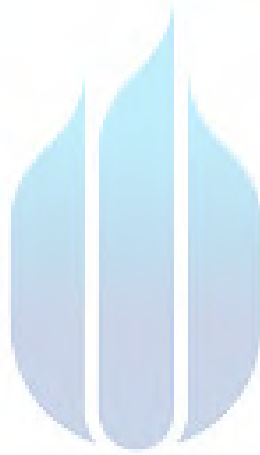
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 4.1 Uji Heteroskedatisitas	57



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	Kuesioner
LAMPIRAN II	Hasil Responden
LAMPIRAN III	Hasil Uji Data



UNIVERSITAS
MERCU BUANA