

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN
YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR TOSSA PADA PT. TOSSA
NUSANTARA MOTOR CABANG LAMONGAN**

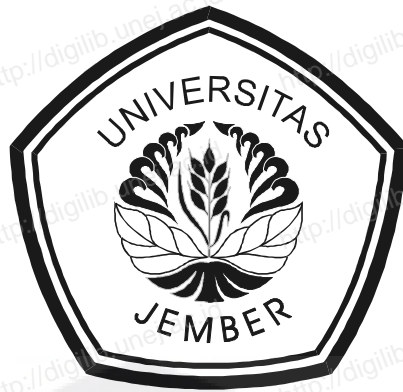
SKRIPSI

Oleh :

Mediawanto

NIM. 010810201258

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2008**



**ANALISIS BAURAN PEMASARAN
YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR TOSSA PADA PT. TOSSA
NUSANTARA MOTOR CABANG LAMONGAN**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Fakultas Ekonomi Universitas Jember**

Oleh :

Mediawanto

NIM. 010810201258

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2008**

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi :ANALISIS BAURAN PEMASARAN YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR TOSSA PADA PT. TOSSA
NUSANTARA MOTOR CABANG LAMONGAN

Nama Mahasiswa : Mediawanto

NIM : 010810201258.

Jurusan : Manajemen.

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran.

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dra. Diah Yuli Setiarini.Msi
NIP. 131 624 474

Siti Aliyati A, SE, MSi
NIP. 132 240 147

Ketua Jurusan Manajemen,

Dra. Diah Yuli Setiarini.Msi
NIP. 131 624 474

JUDUL SKRIPSI

ANALISIS BAURAN PEMASARAN YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR TOSSA PADA PT. TOSSA NUSANTARA MOTOR CABANG LAMONGAN.

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Mediawanto

NIM : 010810201258.

Jurusan : Manajemen.

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal:

Kamis, 5 Januari 2008

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Tim Penguji

Ketua : Drs. Bambang Irawan, M.Si :
NIP. 131 759 835

Sekretaris : Dra. Sudarsih, M.Si :
NIP. 131 975 315

Anggota : Dra. Diah Yuli setiarini, Msi :
NIP. 131 624 474

Mengetahui;
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Prof. Dr. Sarwedi, MM.
NIP.131 276 658

PERSEMBAHAN

**Sujud dan Syukur kepadamu- illahi Robbi
yang telah memberikan kemudahan dan
pertolongan untuk menyelesaikan
Karya sederhana ini kupersembahkan kepada :**

**Bapak dan ibu atas doa, Kasih sayang serta
dorongan semangat yang diberikan**

**Ibunda Haryati atas bimbingan rohani
dan kasih sayang yang
teramat besar**

**Bapak Subijantono (Alm) atas bimbingan rohani
dan kasih sayang yang teramat besar**

**Kakakku Sugik,Ikrar, dan Hayati terima kasih atas semuanya
Adikku adi dan sovi Aku sayang kalian**

**Alhamdillilah, Aku mensyukuri segala
Apa yang Tuhan berikan padaku**

Almamater yang kubanggakan

MOTTO

”Hanya Engkaulah (Allah) yang kami sembah, dan hanya kepada Engkau kami memohon pertolongan” (QS. Al Fatihah : 5)

”Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum, sebelum kaum itu merubah nasib mereka sendiri” (QS. Ar Rad : 11)

”Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila telah selesai dari satu urusan, kerjakan dengan sungguh-sungguh urusan yang lain dan hanya kepada Allah hendaknya engkau berharap (QS.An Naryah ayat 6-8)”

”Buatlah Usaha Kecil Tapi yang berpotensi menjadi Usaha Besar” (Pribadi)

” Yakin Usaha Sampai ” (Hymne)

ABSTRAKSI

Penelitian dengan Judul Analisis Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Keputusan Pembelian sepeda motor Tossa Pada PT. Tossa Nusantara Motor Cabang Lamonga dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh keputusan pembelian terhadap produk, harga, promosi, dan saluran distribusi.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para konsumen yang membeli dan sekaligus pemakai sepeda motor Tossa yang ada di Lamongan. Sampel yang diambil sebanyak 80 responden dengan tehnik *purposive sampling*. Data yang dipergunakan adalah data primer yaitu data berdasarkan kuisisioner berdasarkan jawaban responden. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, asumsi klasik, koefisien determinasi berganda, koefisien determinasi parsial, uji-t dan uji F.

Perhitungan perilaku konsumen menunjukkan ada empat variabel yaitu variabel produk, harga, promosi, dan saluran distribusi, dimana perhitungan dilakukan berdasarkan pengaruh secara simultan dan dapat dibuktikan dari hasil uji F hitung yang diperoleh sebesar 51,672 dengan signifikansi 0,000 pada level 5%, hasil uji F ini lebih besar dari F tabel sebesar 2,553. Besarnya pengaruh variabel produk, harga, promosi, dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian dapat dilihat dari nilai R^2 sebesar 73,4 dan sisanya 26,6 dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Hasil perhitungan dari analisis determinasi parsial diketahui bahwa variabel produk mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian pada PT. Tossa Nusantara Cabang lamongan Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel produk, harga, promosi, dan saluran distribusi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Tossa.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim.

Segala puji sukur Alhamdulillah kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-NYA sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga tetap tercurah kepada Rosullulah Muhammad SAW.

Dalam penulisan hingga terselesainya skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan tenaga dan pikiran yang tak ternilai, untuk itu penulis pada kesempatan ini menyampaikan ungkapan rasa terima kasih yang sebesar- besarnya kepada :

1. Bpk. Prof. Dr. H. Sarwedi. MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Dra. Diah Yuli Setiari. Msi selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember sekaligus selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberi bimbingan dengan penuh kesabaran serta selalu memberi masukan agar skripsi ini lebih sempurna.
3. Ibu Siti Aliyati, SE, Msi selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan petunjuk dengan cermat dan teliti pada penyusunan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu selama menempuh mata studi di Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
5. Staf dan Karyawan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Jember atas segala bantuannya.
6. Bpk. Selamat Raharjo beserta seluruh staf dan karyawan PT. Tossa Nusantara Cabang lamongan atas segala bantuannya.
7. Kedua orang tuaku tercinta, Bpk. Subijantono (Alm) dan Ibunda Haryati, yang telah memberikan restu dan doa serta motivasi yang tak terhingga selama penulis melaksanakan studi hingga selesainya skripsi ini.
8. *My Super Motivator*....., yang telah dengan setia dan penuh kesabaran mendampingi serta senantiasa mendukung dengan semangat dan doa. Dinda pula yang membuat hari-hariku selalu pagi.

9. Kakakku Sugik, Ikrar, hayati, serta kedua adikku Adi dan sovi terima kasih atas semua dukungannya.
 10. *My Best Friend*, Yani, Aan, boy, Erick, yang selalu menemani penulis dikala suka dan duka, dimana penulis banyak belajar tentang makna sebuah kehidupan..
 11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan disini yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.
- Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Jember, Nopember 2007

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	4
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	5
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	5
2.1.3 Konsep Pemasaran.....	6
2.1.4 Pengertian Harga dalam strategi Pemasaran.....	7
2.1.5 Pengertian Produk dalam Pemasaran.....	7
2.1.6 Pengertian Promosi dalam Pemasaran.....	7
2.1.7 Perilaku Konsumen.....	8
2.1.8 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	9
2.1.9 Proses Pengambilan Keputusan Untuk Membeli.....	12
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	14
2.3 Kerangka Konseptual.....	16
2.4 Hipotesis.....	17
III. METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian.....	18
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	18
3.2.1 Populasi	18
3.2.2 Sampel	18
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	19
3.3.1 Jenis Data.....	19
3.3.2 Sumber Data.....	20
3.4 Metode Pengumpulan data.....	20
3.5 Definisi Operasional Variable dan Teknik Pengukuran.....	21
3.5.1 Definisi Operasional Variabel.....	21
3.5.2 Teknik Pengukuran.....	21

3.6 Pengujian Instrumen.....	22
3.6.1 Uji Validitas.....	22
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	22
3.7 Metode Analisis Data.....	24
3.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	24
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	24
3.7.3 Analisis Koefisien Determinasi Berganda.....	26
3.7.4 Analisis Determinasi Parsial.....	27
3.7.5 Uji F.....	28
3.7.6 Uji t.....	28
3.8 Kerangka Pemecahan Masalah.....	30
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	32
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	32
4.1.2 Struktur Organisasi.....	32
4.1.3 Kegiatan Usaha.....	35
4.1.4 Hari dan Jam Kerja.....	36
4.2 Karakteristik Responden.....	37
4.3 Hasil Data Mentah Kuisisioner.....	40
4.4 Hasil Analisis Data.....	46
4.4.1 Uji Validitas.....	46
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	49
4.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
4.4.4 Uji Asumsi Klasik.....	51
4.4.4.1 Multikolinieritas.....	51
4.4.4.2 Heterokedastisitas.....	52
4.4.4.3 Autokorelasi.....	52
4.4.5 Koefisien Determinasi Berganda.....	53
4.4.6 Koefisien Determinasi Parsial.....	53
4.4.7 Uji F.....	55
4.4.8 Uji t.....	56
4.5 Pembahasan.....	58
4.5.1 Pengaruh Secara Simultan.....	58
4.5.2 Pengaruh secara Parsial.....	59
V. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	61
5.2 Saran.....	62

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
3.1	Hubungan Jumlah Butir Pertanyaan dengan Reliabilitas Instrumen.....	23
4.1	Karakteristik Konsumen Menurut Jenis Kelamin.....	36
4.2	Karakteristik Konsumen Menurut Tingkat Pendidikan.....	36
4.3	Karakteristik Konsumen berdasarkan Umur.....	37
4.4	Karakteristik Konsumen Menurut Jenis Pekerjaan.....	38
4.5	Karakteristik Konsumen Menurut Tingkat Penghasilan.....	38
4.6	Karakteristik Konsumen Menurut Pembelian.....	38
4.7	Analisis Frekwensi <i>Crosstab</i> Variabel Produk.....	39
4.8	Analisis Frekwensi <i>Crosstab</i> Variabel Harga.....	40
4.9	Analisis Frekwensi <i>Crosstab</i> Variabel Promosi.....	42
4.10	Analisis Frekwensi <i>Crosstab</i> Variabel Saluran Distribusi.....	43
4.11	Analisis Frekwensi <i>Crosstab</i> Variabel Keputusan Pembelian.....	44
4.12	Hasil Uji Validitas Variabel Produk.....	45
4.13	Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	46
4.14	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	46
4.15	Hasil Uji Validitas Variabel Saluran Distribusi.....	47
4.16	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	47
4.17	Hasil Uji Reliabilitas Kuisisioner.....	48
4.18	Persamaan Koefisien Regresi Linier Berganda	49
4.19	Hasil Analisis Multikolinieritas.....	50
4.20	Hasil Uji Glesjer sebagai dasar Uji Heterokedastisitas.....	51
4.21	Hasil Analisis Uji Autokorelasi.....	52
4.22	Hasil Analisis Koefisien Determinasi Berganda.....	52
4.23	Hasil Analisis Determinasi Parsial.....	53
4.24	Hasil Analisis Uji F.....	54
4.25	Hasil Analisis Uji t.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Model Perilaku Konsumen.....	8
2.2 Model Konseptual.....	16
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah.....	30
4.1 Struktur Organisasi PT. Tossa Nusantara Motor Cabang Lamongan.....	32
4.2 Kurva Normal Pengujian Satu Arah Dengan $\alpha = 0,0.5$	54
4.3 Kurva Normal Pengujian Hipotesis Dua Arah Untuk Variabel Produk.....	57
4.4 Kurva Normal Pengujian Hipotesis Dua Arah Untuk Variabel Harga.....	57
4.5 Kurva Normal Pengujian Hipotesis Dua Arah Untuk Variabel Promosi.....	58
4.6 Kurva Normal Pengujian Hipotesis Dua Arah Untuk Variabel Saluran Distribusi.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner

Lampiran 2 : Data Hasil Jawaban Kuisisioner

Lampiran 3 : Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Produk (X_1)

Lampiran 4 : Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Harga (X_2)

Lampiran 5 : Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Promosi (X_3)

Lampiran 6 : Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Saluran Distribusi (X_4)

Lampiran 7 : Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan

Pembelian (X_5)

Lampiran 8 : Analisis Regresi Linier Berganda

Lampiran 9 : Hasil Uji Heterokedastisitas

Lampiran 10 : Tabel F

Lampiran 11 : Tabel t

Lampiran 12 : Tabel r

Lampiran 13 : Kartu Konsultasi

Lampiran 14 : Surat Ijin Penelitian