

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR SUZUKI DI KECAMATAN SEBERANG
ULU 1 KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI



NAMA : DIKI JULIYADI

NIM : 212017285

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2021

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR SUZUKI DI KECAMATAN SEBERANG
ULU 1 KOTA PALEMBANG**

**Diajukan Untuk Menyusun Skripsi Pada Program Strata Satu Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang**



NAMA : DIKI JULIYADI

NIM : 212017285

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
2021**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Diki Juliyadi
NIM : 212017285
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki di Kecamatan Seberang Ulu I Kota Palembang

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan di cantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi,

Palembang, 2021


Diki Juliyadi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian
Sepeda Motor Suzuki Di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota
Palembang
Nama : Diki Juliyadi
Nim : 212017285
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal, 2021

Pembimbing, I

Dr. Diah Isnaini Asiati, SE., M.M
NIDN : 0207046301

Pembimbing, II

Mardiana Puspasari, SE, M.Si.
NIDN : 0226107001/888129

Mengetahui,

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Zaleha Trihandavani, SE, M.Si
NIDN : 0229057501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

***“Janganlah kamu berduka cita, sesungguhnya Allah selalu
Bersama kita“***

(Qs. At-Taubah: 40)

***“Dan bersabarlah. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang
yang sabar”***

(Qs. Al-Anfaal: 46)

Dengan Mengucap Rasa Syukur Alhamdulillah Kepada Allah SWT.

SKRIPSI INI SAYA PERSEMBAHKAN UNTUK :

- **Allah SWT. Karena dengan karunia-Nya saya bisa mengerjakan skripsi ini dengan baik dan lancar**
- **Untuk kedua orang tuaku tercinta Ibu Ayuna dan Ayah Rosadi sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Ibu dan Ayah yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih sayang yang tiada terhingga. Terima kasih Ibu..Terima kasih Ayah atas semua yang telah engkau berikan semoga selalu diberi kesehatan dan panjang umur agar dapat menemani langkah kecilku bersama adik-adikku tercinta Delvi dan Desta menuju kesuksesan.**
- **Adik-adikku tersayang Delvi dan Desta**
- **Nenekku tercinta, Nenek Rofaah dan Nenek Hawa**
- **Teman hidupku Pio Yulanda, sahabatku dan teman-temanku yang telah mendukungku**

PRAKATA



Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah rabbilalamin segala puji hanyalah milik Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang” dengan tepat waktu. Sholawat serta salam kita haturkan semoga selalu tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tuaku, Ayah Rosadi dan Ibu Ayuna yang selalu berusaha dengan maksimal dalam hal mendukung, memotivasi, dan selalu mendoakan sehingga terselesaikannya penulisan skripsi ini. Selesaiannya penulisan skripsi ini tentu tidak lepas dari bimbingan, bantuan, motivasi, dan doa dari berbagai pihak. Maka dari itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yudha Mahrom Darma Saputra, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Tri Handayani, S.E., M.Si dan Bapak Mister Candra, S.Pd., M.Si selaku Ketua Program dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak Amidi, S.E., M.Si selaku Dosen Penelaah 1 dan Ibu Nadia Afriliana, S.E., M.Si selaku Dosen Penelaah 2 yang telah membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi.
5. Ibu Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing 1 dan Ibu Mardiana Puspasari, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak membantu dan sabar membimbing dalam penyusunan skripsi.

6. Ibu Lesi Agusria, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Bapak, Ibu Dosen dan seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan selama perkuliahan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi kepada penulis.
8. Pegawai Kecamatan Seberang Ulu 1 berikut seluruh responden yang bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.
9. Sahabat-sahabat ku semuanya khususnya yang telah membantu dan mendukung ku dalam perkuliahan ini.
10. Pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas budi baik untuk seluruh bantuan yang diberikan guna menyelesaikan tulisan ini. Penulis menyadari, meskipun banyak usaha telah penulis lakukan, akan tetapi laporan ini masih jauh dari sempurna. Meskipun demikian mudah-mudahan dari laporan penelitian ini tetap ada manfaat yang dapat diperoleh. Aamiin Ya Rabbal Alamin

Wassalamualaikum Wr. Wb

Palembang, 2021

Diki Juliyadi

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul Luar	
Halaman Judul	
Halaman Pernyataan Bebas Plagiat	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Motto Dan Persembahan	iii
Halaman Prakata	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel.....	viii
Daftar Gambar	ix
Daftar Lampiran	x
Abstrak.....	xi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN	
DAN HIPOTESIS	9
A. Landasan Teori.....	9
B. Penelitian Sebelumnya	24

C. Kerangka Pemikiran.....	29
D. Hipotesis.....	29
BAB III. METODE PENELITIAN	30
A. Jenis Penelitian.....	30
B. Lokasi Penelitian.....	31
C. Operasional Variabel.....	31
D. Populasi Dan Sampel	32
E. Data Yang Digunakan	33
F. Metode Pengumpulan Data.....	34
G. Analisis Data Dan Teknik Analisis	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
A. Hasil Penelitian	44
B. Pembahasan Hasil Penelitian	65
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	74
A. SIMPULAN	74
B. SARAN	75
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Merek Sepeda Motor Pilihan Responden	4
Tabel I.2 Data Penjualan Sepeda Motor Tiga Tahun Terakhir	4
Tabel I.3 Alasan Sepeda Motor Suzuki Tidak Disukai	5
Tabel III.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	31
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas	47
Tabel IV.2 Hasil Uji Realibilitas	48
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..	50
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	51
Tabel IV.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	52
Tabel IV.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Menggunakan Produk	52
Tabel IV.8 Variabel Keputusan Pembelian	53
Tabel IV.9 Variabel Produk.....	55
Tabel IV.10 Variabel Harga.....	56
Tabel IV.11 Variabel Distribusi.....	58
Tabel IV.12 Variabel Promosi	59
Tabel IV.13 Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
Tabel IV.14 Hasil Uji F (Simultan).....	63
Tabel IV.15 Hasil Uji t (Parsial)	63
Tabel IV.16 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran	27
---	-----------

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Jadwal Penelitian

Lampiran 2 : Kuisisioner

Lampiran 3 : Tabulasi Data Validitas dan Realibilitas

Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

Lampiran 5 : Tabulasi Hasil Jawaban Responden

Lampiran 6 : Hasil Perhitungan SPSS

Abstrak

Diki Juliyadi /212017285/ Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah 1) Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang, 2) Adakah pengaruh Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang, 3) Adakah pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang, 4) Adakah pengaruh Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang, 5) Adakah pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang. Adapun tujuan untuk mengetahui 1) Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang, 2) Pengaruh Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang, 3) Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang, 4) Pengaruh Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang, 5) Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Variabel yang digunakan adalah produk, harga, distribusi, promosi yang dihubungkan dengan keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang yang bersifat infinite dan sampel ditetapkan sebanyak 100 orang yang diambil dengan teknik purposive sampling. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Selanjutnya teknik analisis data menggunakan analisis kualitatif yang dikuantitatifkan dan analisis regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Produk, Harga, Distribusi, Promosi ada pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Suzuki 2) Ada pengaruh signifikan produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki 3) Ada pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki 4) Tidak ada pengaruh distribusi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki 5) Tidak ada pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki.

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

Abstract

Diki Juliyadi /212017285/ The Effects of Marketing Mix on Suzuki Motorcycle Purchasing Decisions in Seberang Ulu 1 of Palembang.

The objectives of this research were to find out 1) there were any significant effects of product, price, distribution, and promotion on Suzuki motorcycle purchasing decisions in Seberang Ulu 1 of Palembang, 2) there was any significant effect of product on Suzuki motorcycle purchasing decisions in Seberang Ulu 1 of Palembang, 3) there was any significant effect of price on Suzuki motorcycle purchasing decisions in Seberang Ulu 1 of Palembang, 4) there was any significant effect of distribution on Suzuki motorcycle purchasing decisions in Seberang Ulu 1 of Palembang, and 5) there was any significant effect of promotion on Suzuki motorcycle purchasing decisions in Seberang Ulu 1 of Palembang. This type of research was associative research. The variables used were product, price, distribution, and promotion which were associated with purchasing decisions. The population in this study was the society in Seberang Ulu 1 of Palembang and the samples were 100 people selected by purposive sampling technique. The data used in this study was primary data with data collection techniques through questionnaires. Furthermore, the data analysis technique used quantified qualitative analysis and multiple linear regression analysis. The results of this study indicated that 1) product, price, distribution, and promotion simultaneously had a significant effect on Suzuki motorcycle purchasing decisions, 2) there was a significant effect of product on Suzuki motorcycle purchasing decisions, 3) there was a significant effect of price on Suzuki motorcycle purchasing decisions, 4) there was a significant effect of distribution on purchasing decisions of Suzuki motorcycle purchasing decisions, and 5) there was no significant effect of promotion on purchasing decisions of Suzuki motorcycle.

Keywords: Product, Price, Distribution, Promotion, Purchasing Decisions



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai negara berkembang Indonesia menjadi pasar potensial. Fenomena tersebut menggambarkan kondisi persaingan dunia bisnis saat ini semakin ketat. Menghadapi persaingan yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk bisa menciptakan suatu keunikan tersendiri di iringi penanaman citra yang positif terhadap produk yang dikeluarkan agar bisa unggul diantara para pesaing. Melihat kondisi ekonomi dan gaya hidup masyarakat Indonesia saat ini yang semakin cerdas dan selalu mencari hal-hal baru setiap waktu, pemasar harus pintar menarik perhatian konsumen dan mempertahankan pangsa pasar serta mengembangkannya agar dapat menguasai *market share*.

Salah satu materi dalam pemasaran adalah perilaku konsumen. Perilaku konsumen menurut Kotler dan Keller (2018 : 166), adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Secara umum perilaku konsumen merupakan suatu proses yang akan dilalui oleh seseorang atau juga organisasi dalam mencari, membeli, memakai, mengevaluasi dan juga membuang suatu produk ataupun jasa setelah dikonsumsi untuk memenuhi suatu kebutuhannya.

Bauran pemasaran (*Marketing mix*) adalah seperangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan, produk, harga, distribusi, dan promosi yang

digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan peusahaannya di pasar sasaran menurut Kotler dan Armstrong (2012:75). *Marketing Mix* terdiri dari unsur produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*).

Produk merupakan segala bentuk hasil usaha yang ditawarkan ke pasar untuk digunakan atau dikonsumsi sehingga bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Produk yang baik akan mendorong daya tarik konsumen untuk membeli.

Selain produk, harga (*price*) memegang peran penting baik bagi penjual maupun pembeli, harga bukan hanya angka-angka yang tertera di label saja, harga memberikan banyak petunjuk dan fungsi lainnya dalam memasarkan produk. Lewat harga konsumen dapat mendefinisikan kualitas produk tersebut.

Distribusi atau tempat (*place*) juga dapat berpengaruh dalam penawaran produk, dimana dengan saluran distribusi produk tersebut akan sampai kepada konsumen, distribusi juga diharapkan dapat menyampaikan barang dalam kondisi baik sesuai harapan konsumen, dengan demikian distribusi adalah saluran bagi produsen untuk menjual produknya kepada konsumen.

Promosi (*promotion*) merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar

bersediamenerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan

Dari teori diatas, maka dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran adalah suatu kelompok komponen pemasaran yang terdiri dari 4P : *product, price, place* dan *promotion* yang saling terkait satu sama lain dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen serta mencapai tujuan perusahaan.

Salah satu industri yang perlu memperhatikan perilaku konsumen adalah industri sepeda motor. Sepeda motor adalah salah satu alat transportasi yang digunakan untuk memudahkan aktivitas sehari-hari. Maka dari itu banyak masyarakat atau konsumen yang lebih memilih menggunakan sepeda motor dibandingkan menggunakan mobil atau alat transportasi lainnya. Sepeda motor dianggap lebih praktis dan lebih mudah menerjang kemacetan.

Banyak perusahaan yang bergerak di bidang transportasi seperti sepeda motor, bersaing dan berlomba-lomba menawarkan produknya. Masing-masing perusahaan memberikan keunggulan yang terbaik dari produk yang ditawarkan kepada konsumen, agar perusahaan tersebut dapat merebut pasar persaingan. Di mata konsumen produksi sepeda motor yang mempunyai kualitas dari segi model, ketersediaan suku cadang, bengkel resmi, desain produk, performa mesin dan harga jual kembali menjadi faktor-faktor pendukung dalam menentukan pilihan mereka. Peneliti melakukan pra-riset untuk mengetahui merek sepeda motor yang paling disukai konsumen. Hasilnya dapat ditampilkan dalam tabel berikut :

Tabel 1.1
Merek Sepeda Motor Pilihan Responden

Merek sepeda motor	Jumlah Responden
Honda	17
Yamaha	11
Kawasaki	3
Suzuki	1
Jumlah	32

Sumber : Polling Melalui WhatsApp, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pengguna sepeda motor Honda paling banyak digunakan sebanyak 17 responden (53,1%), sedangkan sepeda motor Yamaha sebanyak 11 responden (34,4%), sepeda motor kawasaki sebanyak 3 responden (9,4%) dan sepeda motor Suzuki 1 responden.

Suzuki adalah salah satu merk motor yang sudah lama berkecimpung di Indonesia bersama Honda dan Yamaha. namun belakangan ini PT Suzuki Indomobil Sales (SIS) harus menelan kenyataan pahit setelah penjualan sepeda motor suzuki di Indonesia menurun.

Perkembangan industri otomotif terus mengalami naik turun dari tahun ke tahun, pada 3 (tiga) tahun terakhir, tahun 2018 sampai 2020 progres penguasaan pasar domestic roda dua produk sepeda motor Suzuki mengalami penurunan, berikut tabel dan gambar perkembangan pasar sepeda motor Suzuki.

Tabel 1.2
Data Penjualan Sepeda Motor Tiga Tahun Terakhir

Merek Sepeda Motor	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020
Honda	4.759.202	4.910.688	2.892.000
Yamaha	1.455.088	1.434.217	1.543.130
Suzuki	89.508	71.861	28.310
Kawasaki	78.982	69.766	72.846

TVS	331	898	783
Total	6.383.111	6.487.430	4.537.069

Sumber : Data AISI (2018, 2019, 2020)

Berdasarkan tabel di atas pada tahun 2018 terlihat penjualan sepeda motor Honda berada di posisi atas dengan total penjualan 4.759.202 unit, disusul Yamaha 1.455.088 unit, Suzuki berada di posisi ketiga dengan total penjualan 89.508 unit, Kawasaki 78.982 unit, dan TVS 331 unit. Jadi total keseluruhan penjualan sepeda motor pada tahun 2018 adalah 6.383.111 unit.

Pada tahun 2019 Honda masih berada di posisi atas dengan total penjualan 4.910.688 unit, Yamaha 1.434.217 unit, Suzuki 71.861 unit, Kawasaki 69.766 unit dan TVS 898 unit. Total keseluruhan penjualan sepeda motor pada tahun 2019 adalah 6.487.430 unit. Pada tahun 2020 total penjualan sepeda motor Honda 2.892.000 unit, Yamaha 1.543.130 unit, Suzuki 28.310 unit, Kawasaki 72.846 unit dan TVS 783 unit. Total keseluruhan penjualan sepeda motor pada tahun 2020 adalah 4.537.069 unit.

Berdasarkan data diatas terlihat penjualan sepeda motor Suzuki pada tiga tahun terakhir menurun, tahun 2018 total penjualannya 89.508 unit, tahun 2019 total penjualannya 71.861 unit dan tahun 2020 total penjualannya 28.310 unit.

Wawancara awal penulis terhadap beberapa pemakai motor Suzuki, didapat beberapa hal sebagai berikut :

Tabel 1.3
Alasan Sepeda Motor Suzuki tidak disukai

No	Alasan sepeda motor Suzuki tidak diminati	Jumlah
1	Desain yang kurang menarik	5
2	Promosi yang kalah heboh dibandingkan kompetitornya	4
3	Sparepart motor Suzuki langka	3
4	Harga jual kembali motor suzuki murah	5
5	Mesin mudah rusak	4
6	Sulit mendapatkan suku cadang original	3
7	Bahan bakar tidak irit/boros	3

8	Bodi dan cover motor Suzuki berkualitas rendah, tipis dan mudah pecah	5
Jumlah		32

Sumber : Hasil pra penelitian, 2021

Faktor yang menyebabkan kurangnya minat konsumen dalam membeli sepeda motor Suzuki :

1. Desain yang kurang menarik

Desain motor Suzuki selalu ketinggalan zaman desainnya *out of date*. Sementara kompetitor selalu memunculkan desain yang modern, aerodinamis, dan segar.

2. Promosi yang kalah heboh dibandingkan kompetitornya

Alasan ini yang membuat konsumen pindah ke sepeda motor merek lain karena kurangnya promosi sepeda motor Suzuki menyebabkan kurangnya pengenalan kembali konsumen terhadap sepeda motor merek ini yang dulunya sepeda motor ini sangat dikenal tetapi sekarang dengan adanya keluaran baru sepeda motor merek lain dengan promosinya yang gencar menyebabkan produk sepeda motor Suzuki menurun dan dilupakan.

3. Sparepart motor Suzuki langka

Jarang bengkel menyediakan sparepart Suzuki. Akibatnya, ketika konsumen butuh, harga sparepart menjadi mahal bahkan terkadang harus inden dulu.

4. Harga jual kembali motor Suzuki murah

Dibandingkan kompetitor sekelas, harga jual kembali motor Suzuki bisa lebih murah. Hal ini menjadi alasan konsumen untuk tidak memilih Suzuki karena kebanyakan konsumen suatu saat akan menjual kembali motornya untuk ganti dengan motor baru

5. Mesin mudah rusak
6. Sulit mendapatkan suku cadang original
7. Bahan bakar tidak irit/boros
8. Bodi dan cover motor Suzuki berkualitas rendah, tipis dan mudah pecah

Alasan ini yang dikeluhkan konsumen karena body sepeda motor Suzuki tidak menarik dan mudah patah yang menyebabkan konsumen pindah ke sepeda motor merek lain.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang.

B. Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor suzuki di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang?
2. Adakah pengaruh produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor suzuki di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang?
3. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor suzuki di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang?
4. Adakah pengaruh distribusi terhadap keputusan pembelian sepeda motor suzuki di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang?
5. Adakah pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor suzuki di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor suzuki di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor suzuki di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor suzuki di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang.
4. Untuk mengetahui pengaruh distribusi terhadap keputusan pembelian sepeda motor suzuki di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang.
5. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor suzuki di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Penelitian dapat memberikan gambaran praktek dari teori yang selama ini diperoleh selama perkuliahan, khususnya dalam pemasaran

2. Bagi Almamater

Hasil penelitian dapat menjadi salah satu sumber referensi untuk penelitian selanjutnya, khususnya penelitian yang memiliki topik relatif sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliefia Hanifaradiz, Budhi Satrio (2016), *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Lifebuoy di Surabaya*, diambil Juli 26, Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM) 5 (6), 2016
- Alma, Buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Alma, Buchari. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Anwar Sanusi (2016). *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba empat
- Calvin L. Wangarry, Altjie Tumbel, Merlyn M Karuntu (2018), *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di PT. Hasjrat Abadi Ranotona*, diambil April 21, Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi 6 (4), 2018
- Cocranch, W.G. (2005). *Teknik Penarikan Sampel*, (Edisi ketiga), Jakarta: UI.
- Fahmi, Irfan. (2016). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Bandung : ALFABETA, CV
- Guntur, Effendi M. (2010). *Transformasi Manajemen Pemasaran + Membangun Citra Negara*. Jakarta : Sagung Seto
- Kotler, Keller. (2012). *Marketing Management*, 14th, Person Education
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane.(2018). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Ketigabelas.
- Kotler, Philip & Amstrong, Gary, (2012), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 13, Jilid I, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2014). *Prinsip-prinsip Manajemen*. Edisi 14, Jilid1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga.

Nataliwan, Oktavianus, Militina, Theresia & Heryanto. (2016). ANALISIS Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan membeli Handphone Merk Nokia Di PT. DAYAT PHONE Kecamatan Barong Tongkok Kabupaten Kutai Barat. Bali

Noor, Juliansyah. (2012). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Naresh K. Malhotra. (2010). *Marketing Reseach : An Applied Orientation Sixth Edition Pearson Education*.

Rati Ayu Santri (2017), *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada Mahasiswa Fisip Program Studi Administrasi Bisnis Unmul Samarinda*, diambil maret 20, 2020 from :. [http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/05/jurnal%20ganjil%20ratih%20\(05-31-17-06-23-24\).pdf](http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/05/jurnal%20ganjil%20ratih%20(05-31-17-06-23-24).pdf)

Sastria Murni (2020), *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki di Kelurahan 3 Ilir Palembang*.
http://repository.umpalembang.ac.id/id/eprint/10815/1/212016068_BAB%20I_D AFTAR%20PUSTAKA.pdf

Suharto, Edi. (2019). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bandung : Refika Aditama

Sugiyono. (2012) . *Metode Peneltian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*, Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. (2012). *Strategi Pemasaran*, (Edisi 3), Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta : Andi Offset

Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4 : Andi

Tjiptono, Fandy. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : Andi.