

**IMPLEMENTASI MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KENDARAAN SEPEDA MOTOR SUZUKI DI KECAMATAN KEMUNING
KELURAHAN ARIO KEMUNING PALEMBANG SUMATERA SELATAN**



OLEH:

Agieldius Exel Juketrin

(21 2015 204)

SKRIPSI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

2019

**IMPLEMENTASI MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KENDARAAN SEPEDA MOTOR SUZUKI DI KECAMATAN KEMUNING
KELURAHAN ARIO KEMUNING PALEMBANG SUMATERA SELATAN
SKRIPSI**

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



Nama :Agieldius Exel Juketrin

Nim :212015204

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2019**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Implementasi Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Sepeda Motor Suzuki Di Kecamatan Kemuning Kelurahan Ario Kemuning Palembang Sumatra Selatan

Nama : Agieldius Exsel Juketrin
NIM : 212015204
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal 25 Juli 2018

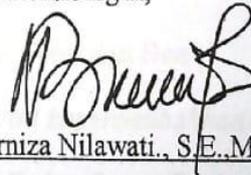
Pembimbing I,



Dr. Diah Isnaini A.S.E., M.M

NIDN: 0207046301/652.72

Pembimbing II,

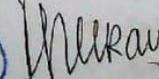


Arniza Nilawati., S.E., M.M

NIDN: 0215057001/944.81

Mengetahui,
Dekan

U.B. Ketua Program Studi Manajemen



H. Maftunah Nurrahmi, S.E., M.Si

NIDN: 0216057001

Falkultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah
Palembang

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Agieldius Exel Juketrin
Nim : 212015204
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Implementasi Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Sepeda Motor Suzuki di Kecamatan Kemuning Kelurahan Ario Kemuning Palembang Sumatera Selatan

Dengan ini saya nyatakan :

1. Karya tulis ini asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata Satu baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini 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 dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar yang diperoleh karya ini serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Agustus 2018



Agieldius Exel Juketrin

ABSTRAK

Agiel dius excel juketrin/ 212015204/ 2019/ Implementasi Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Motor Suzuki di Kecamatan Kemuning Kelurahan Ario Kemuning Palembang Sumatera Selatan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, adakah Implementasi Marketing Mix terhadap keputusan pembelian Motor Suzuki di Kecamatan Kemuning dan Kelurahan Ario Kemuning Palembang Sumatera Selatan.

Adapun tujuan Jenis penelitian asosiatif. Variable yang di gunakan adalah produk, harga, distribusi, dan promosi. Populasi dalam penelitian ini bersifat *infinite*, dengan menggunakan rumus interval taksiran maka sampel yang diambil sebesar 96 responden. Data yang digunakan adalah data primer. Metode pengumpulan data melalui kusioner.

Analisis data yang digunakan adalah analisis *Kualitatif* dan *Kuantitatif*. Tehnik analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda, menunjukkan persamaan regresi : $Y = 0,661 + 0,707 X_1 + 0,200 X_2 + 0,402 X_3 + 0,247 X_4$. Hasil uji F menunjukkan, ada pengaruh signifikan bauran pemasaran (produk, harga, distribusi dan promosi) secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian. Hasil uji t menunjukkan, ada pengaruh signifikan bauran pemasaran (produk, harga, distribusi dan promosi) secara parsial terhadap keputusan pembelian.. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan variabel bauran pemasaran mampu berkontribusi terhadap keputusan pembelian, dengan besarnya sumbangan yang disebabkan sebesar 96,8%.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran



PRAKATA

Assalamualaikum wr.wb

Alhamdulillah dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas nikmat kesehatan, rahmat dan karunianya telah memberikan kemudahan dalam menyelesaikan penelitian-penelitian ini. Pada penelitian ini, penulis menggunakan lima variabel yaitu Implementasi Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki di Kecamatan Kemuning Kelurahan Ario Kemuning Palembang Sumatera Selatan. Terdapat 16 indikator dengan 96 sampel. Pada teknik analisis penulis menggunakan teknik regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Ayahanda Idris Efendi dan Ibunda Daswini tersayang. Mereka adalah orang tua yang telah banyak berjasa dan menyanyangi penulis dengan tulus. Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan semua pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini dengan tulus hati penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Drs. Fauzi Ridwan , S.E.,M.M Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si, Ibu Dr. Diah Isnaini A, S.E., M.M dan Ibu Arniza Nilawati, S.E., MM selaku Ketua dan Wakil Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang dan Pembimbing penelitian yang telah mengajarkan, membimbing, mendidik, serta memberikan dorongan kepada penulis sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Responden yang telah membantu memberikan jawaban untuk membuat penulisan dalam skripsi.
5. Teman-teman seperjuangan terkhusus Niya Paramita, M.Okky Aditiya, Rifki Mandala, M.Nazer, M.Syahrul, M.Syarif , Dendi Febrian, Ongki Diansyah dan Privat Manajemen serta teman-teman KKN posko 215 Universitas Muhammadiyah Palembang yang selalu mensupport dan membantu penulis dalam menyusun skripsi.

6. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Meski demikian mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan berbagai pihak.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Palembang, Agustus 2019

Agieldius Exsel Juketrin

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiat.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Persembahan dan Moto.....	vi
Halaman Prakata	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran.....	xii
Abstrak	xiii
Abstrac	xiv

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7

BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori... ..	10
B. Penelitian Sebelumnya	27
C. Kerangka Pemikiran.....	29

D. Hipotesis.....	29
-------------------	----

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	30
B. Lokasi Penelitian	31
C. Operasionalisasi Variabel.....	32
D. Populasi Dan Sampling	33
E. Data Yang Diperlukan	34
F. Metode Pengumpulan Data.....	35
G. Analisis Data Dan Teknik Analisis	36

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	42
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	72

BAB V. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan.....	80
B. Saran.....	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, dimana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat diartikan kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar.

Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Kotler dan Keller (2009:166).

Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen melakukan pembelian adalah bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, distribusi, dan promosi. Pemasar akan berusaha mengemas produknya semenarik mungkin untuk memperoleh respon pembelian dari konsumen. Pemasar juga akan menetapkan harga yang dinilai tepat untuk konsumen agar konsumen bersedia membeli. Distribusi juga dibuat semudah mungkin bisa ditemukan konsumen agar konsumen tidak mengalami kesulitan dalam melakukan pembelian. Akhirnya pemasar akan mendisain promosi sebaik mungkin untuk memberikan informasi sesuai dengan yang diinginkan konsumen.

Salah satu industri yang berkepentingan dengan perilaku konsumen adalah industri sepeda motor. Diantara merek sepeda motor yang ditawarkan ke pasar adalah Honda,

Yamaha, Suzuki, dan Kawasaki. Meskipun demikian umumnya mindset yang ada di benak konsumen adalah sepeda motor Honda dan Yamaha. Berikut data yang menunjukkan *Top of Brand* sepeda motor :

Tabel 1.1
Indeks Top Brand Sepeda Motor

Merek	TBI (TOP Brand Kecamatan Kemuning Kelurahan Ario Kemuning)	TOP
HONDA	32,4%	TOP
YAMAHA	14,8%	
SUZUKI	1,5%	
KAWASAKI	1,0%	

Sumber : (www.topbrand-award.com, diakses 28 maret 2015)

Berdasarkan Tabel 1.1 Merek Sepeda Motor Honda Menjadi Top Brand dikarenakan sangat banyak peminatnya terutama kalangan anak muda dilihat dari segi bentuk dan tipe tidak ketinggalan zaman, bahan bakar motor Honda tidak terlalu boros dibandingkan dengan motor Suzuki, untuk mencari tempat penjualan Motor Honda sangatlah mudah di temukan dan tempatnya yang strategis.

Merek Sepeda Motor Suzuki berada pada peringkat rendah di bawah Motor Honda dan Yamaha. Fenomena ini menunjukkan sepeda Motor Suzuki kalah bersaing dengan dua pesaingnya. Dengan berpatokan pada tabel I.1 persaingan terjadi pada Merek Sepeda Motor Honda dan Yamaha. Menurut Asosiasi Industri Sepeda Motor Suzuki Tahun 2015 target penjualan untuk Motor di Kecamatan Kemuning Kelurahan Ario Kemuning ialah targetnya 8 juta unit, tetapi prediksi ini meleset. Meski tidak terlalu banyak motor yang mampu terjual di pasar tahun 2015 namun pada tahun tersebut sekitar 7 juta unit yang berhasil di jual.

Sepeda Motor Suzuki ini mempunyai beberapa keunggulan dan kelemahannya. Keunggulannya adalah selain harganya terjangkau oleh masyarakat menengah motor ini juga mempunyai kualitas produk yang baik. Dari segi model atau bentuk motor yang banyak pilihan dan kualitas tenaga motor juga bisa di pilih dari yang berkekuatan standar sampai yang sangat luar biasa. Sepeda Motor Suzuki juga merupakan salah satu pemain dalam sepeda motor di Indonesia. Namun, ternyata proses pembelian sparepart atau suku cadang Sepeda Motor Suzuki mengalami masalah dimana pada saat ini muncul waba inden. Pada sebuah informasi bahwa saat ini sparepart dari Motor Suzuki berupa seher mengalami kerusakan. Namun untuk mendapatkan sparepart tersebut susah sehingga diperlukan waktu yang cukup lama hingga mendapatkan sparepart tersebut. Adapun Sepeda Motor Suzuki bahan bakarnya termasuk boros, mudah rusak apabila di gunakan dalam desa juga mengakibatkan masyarakat sulit untuk memperbaiki kerusakan yang di dalam kendaraan tersebut di karenakan alat-alat memperbaiki nya sulit untuk di dapat.

Riset awal dilakukan untuk mengetahui pendapat responden terhadap Sepeda Motor Suzuki yang dilakukan pada 30 responden pra-riset, hasilnya ditampilkan dalam tabel berikut :

Tabel 1.2
Tanggapan Konsumen Terhadap Sepeda Motor Suzuki

No	Indikator	Ya	Tidak
1	Sparepart/Suku cadang Motor Suzuki dapat dibeli di dealer/bengkel Suzuki manapun	10	20
2	Motor Suzuki irit bahan bakar	4	26
3	Motor Suzuki memiliki desain bentuk yang bervariasi	5	25
4	Motor Suzuki terjangkau	12	18
5	Motor Suzuki awet	9	21

Sumber: wawancara kepada masyarakat, 2018

Berdasarkan tabel I.2, menunjukkan sebagian besar konsumen berpendapat negatif terhadap sparepart motor Suzuki sulit untuk di dapatkan meskipun dalam dealer motor Suzuki,

karena sparepart merek asli Suzuki memiliki jumlah/stock yang terbatas dan untuk membelinya harus melalui pemesanan terlebih dahulu melalui dealer/bengkel motor Suzuki (inden), tetapi untuk sparepart kelas 2 (KW) lebih mudah untuk dibeli.

bahan bakar motor Suzuki dinilai boros oleh konsumen, karena penggunaan bahan bakar Suzuki yang berada diatas sepeda motor pada umumnya, sebab motor Suzuki memiliki teknologi mesin yang mengunggulkan kecepatan akselerasi mesin, sehingga penggunaan bahan bakar motor Suzuki menjadi lebih meningkat.

Produk motor Suzuki memiliki desain yang bervariasi, namun variasi ini dinilai oleh konsumen hanya berlaku pada jenis-jenis motor Suzuki merek tertentu, yang umumnya hanya diunggulkan pada jenis SATRIA F150 FI, GSX-R150 KEYLESS dan ADDRESS FI, sedangkan untuk jenis SMASH CW FI dan NEX 2 STANDAR / ELEGANT tidak banyak mengalami pengembangan desainnya, sehingga membuat konsumen menjadi bosan terhadap bentuknya.

Harga motor Suzuki dinilai kurang terjangkau oleh konsumen, karena motor Suzuki jarang memberikan potongan harga kepada konsumen, sebab potongan harga yang diberikan hanya pada event-event tertentu pada saat launching merek motor Suzuki jenis terbaru, maka hal ini mengurangi daya tarik motor Suzuki dari segi harga.

Motor Suzuki dirasakan kurang awet oleh konsumen, karena motor Suzuki hanya memfokuskan teknologi pada akselerasi mesin yang berfokus pada kecepatan yang hanya cocok untuk di jalankan di jalan raya, sehingga daya tahannya kurang memuaskan dan tidak sesuai untuk jalan-jalan di luar kota seperti lingkungan pedesaan dan pinggiran kota yang umumnya memiliki jalan-jalan berbatu dan jelek, sehingga apabila dalam jangka waktu pemakaian yang lama akan menyebabkan kendala seperti kerusakan.

Selain itu distribusi motor Suzuki memang kurang banyak tempat penjualannya di Kecamatan Kemuning mengakibatkan konsumen tidak bisa membeli sepeda motor Suzuki akan tetapi konsumen bisa mencari dealer motor Suzuki yang lain di kota Palembang. Dealer Motor Suzuki yang lain sangat mudah di jumpai karena tempatnya sangat strategis dan tidak jauh dari pusat kota. Adapun Motor Suzuki memiliki cabang di berbagai tempat, misalnya :

- a. Daya Cipta Sarana di Jl. Kol. H. Burlian Simp.Flyover Pold.
- b. Garuda Motor di JL. Jendral Sudirman No.56 G-H, 18 Ilir, Ilir Tim.1, Kota Palembang.
- c. Daya Cipta Sarana di Jl. Lintas Sumatra No.82, 20 Ilir D. I, Ilir Tim I, Kota Palembang.

Biasanya di Kota Palembang memperoleh informasi atau berita tentang sepeda motor Suzuki melalui media Koran yang setiap hari ada penjualannya, brosur yang di bagikan oleh sales Motor Daya Cipta Sarana atau bertatap muka, spanduk biasa di pasang di pinggir jalan simpang Pold, hal ini bertujuan untuk memberikan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas Motor Suzuki agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada Motor Suzuki.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Adakah pengaruh bauran pemasaran secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Motor Suzuki di Kecamatan Kemuning Kelurahan Ario Kemuning?
2. Adakah pengaruh bauran pemasaran secara parsial terhadap keputusan pembelian Motor Suzuki di Kecamatan Kemuning Kelurahan Ario Kemuning?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran secara bersama sama terhadap keputusan pembelian Motor Suzuki di Kecamatan Kemuning Kelurahan Ario Kemuning.
2. Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran secara parsial terhadap keputusan pembelian Motor Suzuki di Kecamatan Kemuning Kelurahan Ario Kemuning.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat untuk pihak-pihak sebagai berikut:

1. Untuk penulis

Mengetahui praktek dari teori yang telah di peroleh selama kuliah dalam konsentrasi pemasaran, khususnya tentang topik perilaku konsumen.

2. Untuk almamater

Hasil dari penelitian ini dapat di jadikan sebagai salah satu bahan kajian untuk peneliti lanjut yang melakukan kajian sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

- Dhio Rayen Rawung (2015) *analisis kualitas produk, merek dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki pada PT.Sinar Galesong Pratama Manado.*
- Dryanto. (2013) *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran* . Cetakan II. Januari 2013. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejaterah. Bandung
- Fandy Tjiptono. (2008) *Strategi Pemasaran (Edisi 3)*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Kotler dan Amstrong. (2012) *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi 13)*. Jakarta : Erlangga
- Kotler dan Keller. (2011) *Manajemen Pemasaran (Edisi 14)*. Jakarta : Indeks
- Natalia Siow (2013) *Kualitas Layana dan Kepercayaan Pelanggan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria Fu150 Di Kota Manado*
- Nembah F. Hartibul Ginting. (2011) *Manajemen Pamasaran*. Bandung: CV. Yrama widya
- Priansa, Donni Juni. (2017) *Prilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV. Alfabeta
- Setiyaningrum, Ari, Efendi dan Udaya, Jusuf. (2015) *Perinsi-Persinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.