

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MOTOR PADA HONDA KARTIKA SARI II MALANG**

**SKRIPSI**

**Diajukan Guna Memenuhi Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Katolik Widya Karya Malang**



**DISUSUN OLEH:**

**XAVERIA CHANTIKA MARISSA PUTRI PERMADI**

**NIM: 201711047**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**2021**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : XAVERIA CHANTIKA MARISSA PUTRI PERMADI  
NIM : 201711047  
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Judul : PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR PADA HONDA KARTIKA SARI II MALANG

Malang, 31 Agustus 2021

DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I



J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd.,M.SM.

NIDN. 0724018601

Pembimbing II



Dra. Anni Yudiastuti, M.P.

NIDN. 0701056401

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dra. Anni Yudiastuti, M.P.

NIDN. 0701056401

Ketua Program Studi Manajemen



J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd.,M.SM.

NIDN. 0724018601

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi yang berjudul :

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MOTOR PADA HONDA KARTIKA SARI II MALANG**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : XAVERIA CHANTIKA MARISSA PUTRI PERMADI

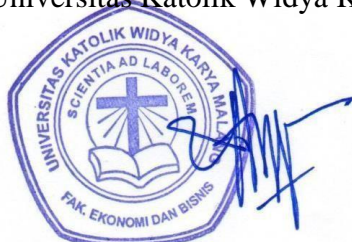
NIM : 201711047

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal 28 Juli 2021 dan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu (S-1).

Disahkan oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Widya Karya Malang



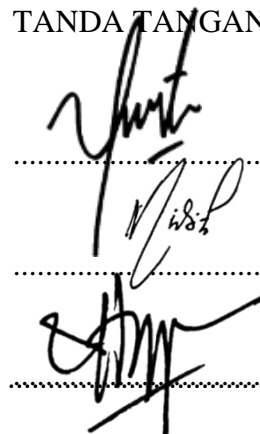
Dra. Anni Yudiastuti, M.P.

NIDN. 0701056401

**DEWAN PENGUJI**

1. J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM  
NIDN. 0724018601
2. Drs. Cornelius Niwadolo, M.M  
NIDN. 8887223419
3. Dra. Anni Yudiastuti, M.P  
NIDK. 0701056401

**TANDA TANGAN**



**PERNYATAAN ORISINALITAS**

**PERNYATAAN ORISINALITAS**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor pada Honda Kartika Sari II Malang”** merupakan karya asli dari :

Nama : XAVERIA CHANTIKA MARISSA PUTRI PERMADI

NIM : 201711047

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

Telah dideteksi tingkat plagiasinya secara online oleh Perpustakaan Universitas Katolik Widya Karya Malang, menggunakan *Turnitin Plagiarism Checker* dan sudah memenuhi kriteria toleransi yaitu sebesar  $\leq 30\%$ .

(Surat keterangan deteksi plagiasi terlampir).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila terdapat kekeliruan saya bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Malang, 31 Agustus 2021



(Xaveria Chantika M.)

DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I



J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd.,M.SM.

NIDN. 0724018601

Pembimbing II



Dra. Ann Yudiastuti, M.P.

NIDN. 0701056401

Mengetahui :



Dra. Ann Yudiastuti, M.P.

NIDN. 0701056401

Ketua Program Studi Manajemen



J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd.,M.SM.

NIDN. 0724018601

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN**



**CV KARTIKA SARI PUTRA**

Jl. Jaksa Agung Suprpto 54 Malang

Telp. 0341-321356

*Honda Wing*

**SURAT KETERANGAN**

No.: 045/SK/KSP2/VII/2021

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Xaveria Chantika Marissa Putri Permadi

Nim/Jurusan : 201711047 / Manajemen

Universitas : Unika Widya Karya Malang

Telah melakukan penelitian untuk Tugas Akhir dengan judul: "Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor pada Honda Kartikasari II Malang" di Kartika Sari Putra mulai tanggal 18 Juni 2021 sampai dengan 8 Juli 2021.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipakai sebagaimana mestinya,

Malang, 8 Juli 2021

Kepala Cabang,

  
CV KARTIKA SARI PUTRA  
JL. JAKSA AGUNG SUPRAPTO 54 MALANG  
TEL. (0341) 321356  
FAX (0341) 351400

IWAN KRISTYAWAN

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama : XAVERIA CHANTIKA MARISSA PUTRI PERMADI

N I M : 201711047

Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Tempat, tgl lahir : Malang, 23 Agustus 1999

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Katolik

Alamat : Jl. Jaksa Agung Suprpto III/177. RT 02/RW 01, Klojen,  
Rampal Celaket, Kota Malang

Riwayat Pendidikan :

1. SDK Cor Jesu Malang (2006 – 2011)
2. SMPK Mardi Wiyata Malang (2011 – 2014)
3. SMAK Frateran Malang (2014 – 2017)
4. Universitas Katolik Widya Karya Malang (2017 – 2021)

## KATA PENGANTAR

Segala puji serta syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan berkat karunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN” (Studi kasus pada *dealer* Honda Kartika Sari II Malang) sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu (S-1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Katolik Widya Karya Malang.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi penulis kekuatan dan kesempatan serta kemampuan untuk menyelesaikan studi dan skripsi.
2. Fr.Dr. Klemens Mere, S.E., M.Pd., M.M., M.H., M.A.P., BHK, selaku Rektor di Universitas Katolik Widya Karya Malang.
3. Ibu Dra. Anni Yudiastuti, M.P Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Karya Malang dan Dosen Pembimbing 2 yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan selama penyusunan skripsi.
4. Ibu J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd.,M.SM. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Widya Karya Malang dan Dosen Pembimbing 1 yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan selama penyusunan skripsi.

5. Bapak Drs. Cornelius Niwadolo, M.M. Selaku Dosen Penguji yang telah menilai hasil dari skripsi serta memberi kritik dan saran yang bermanfaat.
6. Seluruh jajaran Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Karya Malang.
7. Seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.
8. Bapak Dedy selaku Humas di CV Kartika Sari Putra cabang Honda Kartika Sari II Malang yang telah memberikan izin dan kesempatan serta membantu kelancaran penelitian.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah membantu memberikan dukungan dalam berproses melaksanakan penelitian.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

Malang, 31 Agustus 2021

Penulis



**DAFTAR ISI**

JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
SURAT KETERANGAN PENELITIAN.....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
A. Penelitian Terdahulu.....	7
B. Kajian Pustaka.....	13
1. Pengertian Bauran Promosi ( <i>Promotion Mix</i> ).....	13
2. Tujuan Promosi.....	16
3. Variabel-variabel dalam Bauran Promosi.....	18
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Bauran Promosi.....	26
5. Pengertian Keputusan Pembelian ( <i>Buying Decision</i> ).....	27
6. Tahap-tahap Keputusan Pembelian.....	29
7. Dimensi Keputusan Pembelian.....	32
C. Kerangka Berpikir.....	34
D. Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
A. Jenis Penelitian.....	36

B.	Lokasi Penelitian.....	36
C.	Ruang Lingkup Penelitian.....	36
D.	Populasi dan Sampel.....	37
E.	Sumber dan Jenis Data.....	38
F.	Definisi Operasional Variabel.....	39
G.	Metode Pengumpulan Data.....	42
H.	Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA.....		51
A.	Gambaran Umum Perusahaan.....	51
1.	Sejarah Berdirinya Perusahaan.....	51
2.	Visi dan Misi Perusahaan.....	52
3.	Struktur Organisasi Perusahaan.....	53
B.	Penyajian Data Penelitian.....	76
1.	Karakteristik Responden.....	76
2.	Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	79
3.	Analisis Data dan Interpretasi.....	86
4.	Pembahasan.....	97
5.	Implikasi Hasil Penelitian.....	98
BAB V PENUTUP.....		102
A.	Kesimpulan.....	102
B.	Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA.....		105
LAMPIRAN.....		107

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2 .1 Tahap-Tahap keputusan pembelian.....	31
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir.....	34
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Perusahaan .....	53



**DAFTAR TABEL**

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	40
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	76
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	77
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	77
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Jenis Penghasilan.....	78
Tabel 4. 5 Deskriptif Responden Variabel Periklanan.....	80
Tabel 4. 6 Deskriptif Responden Variabel Penjualan.....	81
Tabel 4. 7 Deskriptif Responden Variabel Penjualan Personal.....	82
Tabel 4. 8 Deskriptif Responden Variabel Hubungan Masyarakat.....	83
Tabel 4. 9 Deskriptif Responden Variabel Pemasaran Langsung.....	84
Tabel 4. 10 Deskriptif Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	85
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas.....	86
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	87
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas.....	88
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	89
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	90
Tabel 4. 16 Hasil Uji Analisis Refresi Berganda.....	91
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	93
Tabel 4. 18 Hasil Uji F.....	94
Tabel 4. 19 Hasil Uji T.....	95
Tabel 4. 20 Variabel Dominan.....	96

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Surat Keterangan Bebas Plagiasi.....	107
Lampiran 2 : Lembar Pernyataan Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah.....	108
Lampiran 3 : Kuisisioner.....	109
Lampiran 4 : Uji Validitas & Reliabilitas.....	112
Lampiran 5 : Uji Asumsi Klasik.....	116
Lampiran 6 : Regresi Berganda.....	117
Lampiran 7 : Tabulasi Data Karakteristik Responden.....	119
Lampiran 8 : Tabulasi Data Hasil Kuesioner.....	120



**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MOTOR PADA HONDA KARTIKA SARI II MALANG**

**ABSTRAK**

Perubahan sosial dan ekonomi di era globalisasi saat ini telah membawa dunia bisnis pada tantangan yang tak terhindarkan, terutama masalah yang tidak dapat dihindari dalam dunia pemasaran yang sedang dikembangkan perusahaan. Hal ini menyebabkan persaingan yang semakin ketat, sehingga seluruh pelaku perusahaan harus dapat menerapkan strategi yang tepat untuk lebih mendukung dan mengembangkan perusahaannya. Salah satu produk yang kini sudah menjadi kebutuhan pokok bagi hampir semua masyarakat di era modern saat ini adalah sarana transportasi, khususnya sepeda motor (Kristian & Widayanti, 2016). Hal ini karena tingginya mobilitas masyarakat Malang menyebabkan permintaan akan kendaraan bermotor, terutama roda dua semakin meningkat. Situasi ini memaksa produsen sepeda motor saling bersaing untuk mengembangkan sepeda motor baru, sehingga menimbulkan persaingan pasar antar produsen. Honda Kartikasari II Malang merupakan salah satu dealer resmi sepeda motor Honda yang sudah sangat populer di Kota Malang, dengan demikian bauran promosi sangat penting untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk membeli produk motor pada Honda Kartika Sari II Malang.

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui signifikansi pengaruh bauran promosi yang terdiri dari periklanan (X1), promosi penjualan (X2), penjualan personal (X3), hubungan masyarakat (X4) dan pemasaran langsung (X5) secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian motor pada Honda Kartika Sari II Malang. 2) Dan untuk mengetahui variabel bauran promosi mana yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian motor pada Honda Kartika Sari II Malang. Jenis penelitian *explanatory research*. Populasi dalam penelitian ini semua konsumen yang membeli motor di Honda Kartika Sari II Malang. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 60 orang. Menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bauran promosi yang terdiri dari periklanan (X1), promosi penjualan (X2), penjualan personal (X3), hubungan masyarakat (X4), pemasaran langsung (X5) berpengaruh signifikan secara simultan (nilai signifikansi  $F$   $0,000 < 0,05$ ) dan secara parsial (nilai signifikansi  $T$  X1 0,031; X2 0,013; X3 0,020; X4 0,048; X5 0,028  $< 0,05$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) motor pada Honda Kartika Sari II Malang. Variabel bauran promosi yang berpengaruh secara dominan adalah Promosi Penjualan (X2) karena memiliki koefisien beta paling besar diantara unsur-unsur bauran promosi lainnya yaitu 0,283. Persamaan regresi linear berganda yang dihasilkan:  $Y = 5,738 - 0,252X_1 + 0,439X_2 + 0,464X_3 + 0,294X_4 + 0,381X_5$ . Nilai koefisien determinasi: (*R Square*) sebesar 0,459.

**Kata Kunci : Bauran Promosi, Keputusan Pembelian**