

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK MOTOR TRAIL PADA PT. SURAPITA  
UNITRANS KAWASAKI MALANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Salah satu Syarat untuk Memperoleh Gelar  
pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Katolik Widya Karya Malang



DISUSUN OLEH:  
FELIX HENRYANTO  
NIM: 201411009

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG  
FAKULTAS EKONOMI – JURUSAN MANAJEMEN**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Felix Henryanto  
NIM : 201411009  
Universitas : Katolik Widya Karya Malang  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Judul :PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR TRAIL PADA PT.  
SURAPITA UNITRANS KAWASAKI MALANG

Malang, 7 Juli 2018

**DITERIMA DAN DISETUJUI**

Pembimbing I

Dra. Anni Yudiastuti, MP  
NIDN: 0701056401

Pembimbing II

J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM.  
NIDN : 0724018601

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Dra. M.A.F Suprpti., M.M  
NIDN : 0706016401

Ketua Jurusan Manajemen

Dra. Anni Yudiastuti, MP  
NIDN : 0701056401

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi yang berjudul:

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR TRAIL PADA PT. SURAPITA UNITRANS KAWASAKI MALANG**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Felix Henryanto

NIM : 201411009

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal: 7 Juli 2018 dan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S-1)

Disahkan oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Katolik Widya Karya Malang



Dr. Dra. M.A.F Suprapti., M.M

NIDN : 0706016401

**DEWAN PENGUJI**

1. Dra. Anni Yudiastuti, MP  
NIDN : 0701056401
2. J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd.,M.SM  
NIDN : 0724018601
3. Drs. Cornelius Niwadolo, M.M  
NIK : 198510110004

**TANDA TANGAN**

.....  
.....  
.....

# PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

Malang, 6 Juli 2018

Kepada : Yth Rektor  
Universitas Katolik Widya Karya  
di  
Malang

Dengan hormat,

Bersama ini diberitahukan kepada pimpinan Universitas Katolik Widya Karya Malang, bahwa kami PT. Surapita Unitrans Kawasaki Malang memberikan data-data pendukung untuk menunjang penyelesaian tugas akhir (skripsi) yang berjudul "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Motor Trail pada PT. Surapita Unitrans Kawasaki Malang" kepada salah seorang mahasiswa yang mengikuti pendidikan pada Universitas Katolik Widya Karya Malang. Adapun mahasiswa tersebut adalah:

Nama : Felix Henryanto  
Jurusan : Manajemen  
NIM : 201411009

Demikian surat ini kami buat dan kiranya dapat digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya kami ucapkan trima kasih.

Malang, 6 Juni 2018



Fitriani Nasharianto

**PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT**

Kami yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR TRAIL PADA PT. SURAPITA UNITRANS KAWASAKI MALANG merupakan karya asli dari:

Nama : Felix Henryanto  
NIM : 201411009  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Universitas : Katolik Widya Karya Malang

dan bukan karya plagiat baik sebagian maupun seluruhnya

Demikian pernyataan ini kami buat dengan sebenar – benarnya dan apabila terdapat kekeliruan kami bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku

Malang, 6 Juni 2018  
  
Felix Henryanto

**DITERIMA DAN DISETUJUI**

Pembimbing I



Dra. Anni Yudiastuti, MP  
NIDN : 0701056401

Pembimbing II



J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM  
NIDN: 0724018601



Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Dra. M.A.F Suprapti., M.M  
NIDN: 0706016401

Mengetahui:



Ketua Jurusan Manajemen



Dra. Anni Yudiastuti, MP  
NIDN : 0701056401

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Felix Henryanto  
NIM : 201411009  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang  
Tempat, tanggal lahir : Malang, 14 Januari 1995  
Jenis kelamin : Laki-laki  
Agama : Katolik  
Alamat : Jl. Bareng Raya II/473  
Nama ayah : Henry Sukamto  
Nama ibu : Erna Pudji Astuti

Riwayat Pendidikan:

1. Tahun 2008 : Lulus SDK Santo Yusup III, Malang.
2. Tahun 2011 : Lulus SMPK Frateran Celaket 21, Klojen, Malang.
3. Tahun 2014 : Lulus SMAK Frateran, Malang.
4. Tahun 2018 : Lulus Universitas Katolik Widya Karya Malang.

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang telah diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini dari awal hingga akhir dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Motor Trail Pada PT SURAPITA UNITRANS KAWASAKI MALANG” yang disusun sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini berkat kerja sama dan partisipasi berbagai pihak untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Rm. Albertus Magnus Herwanta Triwahyu Noegraha, O.carm, MA selaku Rektor di Universitas Widya Karya Malang.
2. Ibu Dr. Dra. M.A.F Suprapti.,M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Bapak Drs.Cornelius Nowadolo,M.M selaku dosen penguji.
4. Ibu Dra. Anni Yudiasuti,MP selaku Ketua Jurusan Manajemen sekaligus dosen pembimbing I yang telah memberi arahan serta dukungan selama proses pengerjaan skripsi.
5. Ibu J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd, M.SM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberi masukan dan arahan selama proses pengerjaan Skripsi.
6. PT. SURAPITA UNITRANS KAWASAKI Malang yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melakukan penelitian.
7. Staff Faakultas Ekonomi dan Dosen Jurusan Manajemen atas bimbingan dan ilmu yang telah diberikan selama kuliah.

Penulis berharap semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca ataupun bagi yang membutuhkan. Penulis juga menyadari bahwa Skripsi ini kurang dari Sempurna, untuk itu kritik dan saran dari pembaca yang membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan Skripsi ini .  
Akhir kata Penulis mengucapkan terima kasih.

Malang, 7 Juli 2018

Felix Henryanto  
201411009

## PERSEMBAHAN

1. Puji Syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala anugrah, berkat, kasih, hikmat, perlindungan, kesehatan dan kekuatan yang telah diberikan kepada penulis selama perkuliahan dan pengerjaan skripsi.
2. Terima kasih kepada kedua orang tua tercinta Bapak Henry Sukamto dan Ibu Erna Pudji Astuti yang telah memberikan doa serta dukungan selama masa perkuliahan dan pengerjaan skripsi.
3. Terima kasih kepada Frederika Tiominar Phastika Aritonang atas dukungan dan doa yang diberikan selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi.
4. Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan Manajemen 2014 atas semangat , kerjasama, dan kebersamaan selama ini.
5. Terimakasih kepada Michele, Angel, Anggi, Dwindi atas dukungan dan bantuanya selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi.
6. Untuk orang-orang terkasih yang selalu memberikan bantuan, doa, semangat selama ini.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN PENELITIAN	
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	iii
HALAMAN RIWAYAT HIDUP .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
ABSTRAKSI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	4
1. Tujuan Penelitian .....	4
2. Manfaat Penelitian .....	4
BAB II LANDASAN TEORI .....	5
A. Penelitian Terdahulu .....	5
B. Tinjauan Pustaka .....	6
1. Pengertian Manajemen.....	6
2. Pengertian Pemasaran .....	7
3. Bauran Pemasaran.....	8
4. Produk .....	8
5. Harga.....	12
6. Tempat/Distribusi.....	13
7. Promosi .....	17
8. Keputusan Pembelian.....	18
9. Peran Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian..	20

C. Kerangka Pikir .....	21
D. Hipotesis.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
A. Jenis Penelitian.....	22
B. Ruang Lingkup Penelitian.....	22
C. Lokasi Penelitian.....	22
D. Populasi dan Sampel .....	22
E. Jenis dan Sumber Data .....	23
1. Jenis Data .....	23
a. Data Kualitatif.....	23
b. Data Kuantitatif.....	23
2. Sumber Data.....	24
a. Data Primer .....	24
b. Data Sekunder.....	24
F. Definisi Operasional Variabel.....	25
1. Variabel Bebas .....	26
2. Variabel Terikat .....	27
G. Metode Pengumpulan Data.....	28
1. Kuesioner .....	28
2. Dokumentasi .....	28
3. Wawancara.....	28
H. Teknik Analisis Data.....	28
1. Uji Instrumen .....	28
a. Uji Validitas .....	28
b. Uji Reliabilitas .....	30
2. Uji Asumsi Klasik.....	31
a. Uji Multikolinearitas .....	31
b. Uji Heterokedastisitas .....	31
c. Uji Normalitas.....	32
3. Analisis Regresi Berganda .....	33
4. Uji Hipotesis.....	33
a. Uji F .....	33

b. Uji t.....	35
<b>BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA .....</b>	<b>37</b>
<b>A. Gambaran Umum Perusahaan.....</b>	<b>37</b>
1. Sejarah Berdirinya Perusahaan .....	37
2. Visi dan Misi .....	39
3. Struktur Organisasi.....	39
<b>B. Gambaran Umum Responden .....</b>	<b>41</b>
1. Deskripsi Frekuensi Karakteristik Responden.....	41
2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian .....	43
a. Produk .....	43
b. Harga.....	44
c. Tempat/saluran distribusi.....	46
d. Promosi .....	47
e. Keputusan Pembelian.....	49
3. Analisis dan Interpretasi Data .....	50
a. Uji Instrumen .....	50
1) Uji Validitas .....	50
2) Uji Reliabilitas .....	50
b. Uji Asumsi Klasik.....	52
1) Uji Normalitas.....	52
2) Uji Multikolinearitas .....	55
3) Uji Heterokedastisitas .....	56
c. Analisis Regresi Linear Berganda.....	57
d. Uji Hipotesis.....	59
1) Uji F .....	59
2) Uji t.....	60
4. Pembahasan Hasil Penelitian .....	61
a. Deskripsi Variabel Penelitian.....	61
1) Variabel Produk .....	61
2) Variabel Harga .....	62
3) Variabel Tempat/saluran distribusi .....	63
4) Variabel Promosi.....	64

5) Variabel Keputusan Pembelian .....	65
b. Implikasi Hasil Penelitian .....	66
BAB V PENUTUP.....	68
A. Kesimpulan .....	68
B. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	5
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	25
Tabel 4.1 Deskripsi Karakteristik Frekuensi Responden.....	41
Tabel 4.2 Deskripsi Karakteristik Responden Tentang Variabel Produk ....	43
Tabel 4.3 Deskripsi Karakteristik Responden Tentang Variabel Harga .....	44
Tabel 4.4 Deskripsi Karakteristik Responden Tentang Variabel Tempat/saluran distribusi .....	46
Tabel 4.5 Deskripsi Karakteristik Responden Tentang Variabel Promosi ..	47
Tabel 4.6 Deskripsi Karakteristik Responden Tentang Keputusan Pembelian .....	49
Tabel 4.7 Uji Validitas Instrumen.....	51
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas .....	52
Tabel 4.9 Uji Normalitas.....	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	55
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka pikir.....	21
Gambar 2 Struktur Organisasi PT. Surapita Unitrans Kawasaki Malang....	39
Gambar 3 Uji Normalitas Data .....	54
Gambar 4 Histogram .....	54
Gambar 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	57



PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MOTOR TRAIL PADA PT. SURAPITA UNITRANS  
KAWASAKI MALANG

ABSTRAKSI

Perkembangan dunia bisnis saat ini semakin maju dan pesat, hal ini menyebabkan persaingan semakin ketat termasuk dalam bisnis *otomotif*, perlu adanya strategi pemasaran yang efektif untuk dapat memenangkan persaingan. Salah satu strategi pemasaran adalah bauran pemasaran. PT. Surapita Unitrans Kawasaki Malang merupakan salah satu dealer kendaraan roda dua yang bertempat di Malang. Dengan bermunculannya banyak pesaing dalam bidang kendaraan roda dua khususnya motor trail maka bauran pemasaran sangat penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk melakukan pembelian motor trail Kawasaki.

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui signifikansi pengaruh bauran pemasaran yang terdiri dari produk (X1), harga (X2), saluran distribusi (X3), dan promosi (X4) terhadap keputusan pembelian (Y) produk motor trail pada PT. Surapita Unitrans Kawasaki Malang. 2) Untuk mengetahui komponen bauran pemasaran yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian motor trail pada PT. Surapita Unitrans Kawasaki Malang.

Hasil penelitian ini menunjukkan: 1) Variabel bauran pemasaran yang terdiri dari produk (X1), harga (X2), promosi (X3), dan distribusi (X4) mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian motor trail Kawasaki secara simultan. Hal ini terbukti dari signifikansi F ( $0.000 < (0.05)$ ) dengan persamaan:  $Y = -0.862 + 0.458X1 + 0.015X2 + 0.539X3 + 0.350X4 + 0.339$ . 2) Variabel bauran pemasaran yang terdiri dari harga (X2) dan distribusi (X4) tidak berpengaruh secara parsial, sedangkan variabel bauran pemasaran yang terdiri dari produk (X1) dan promosi (X3) berpengaruh secara parsial. 3) Variabel bauran pemasaran yang memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian motor trail Kawasaki pada PT. Surapita Unitrans Kawasaki Malang adalah promosi (X3) dilihat dari ( $\beta$ ) sebesar 0.652.

Keyword: Bauran pemasaran (X), Keputusan pembelian (Y).