

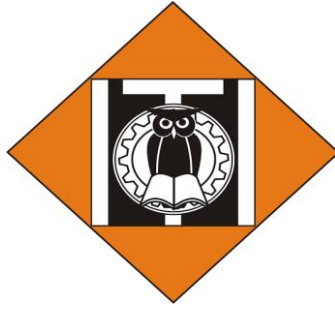
INSTITUT TEKNOLOGI INDONESIA

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA MOBIL TOYOTA CALYA PADA AUTO 2000
PASAR KEMIS TANGERANG**

SKRIPSI

**Oleh:
DANIEL HERMAWAN
1411500015**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
INSTITUT TEKNOLOGI INDONESIA
2021**



INSTITUT TEKNOLOGI INDONESIA

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA MOBIL TOYOTA CALYA PADA AUTO 2000
PASAR KEMIS TANGERANG**

SKRIPSI

Diajukan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata Satu (S-1)

**Disusun Oleh :
DANIEL HERMAWAN
1411500015**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
INSTITUT TEKNOLOGI INDONESIA
2021**

HALAMAN PERNYATAAN ORSINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Daniel Hermawan

NPM : 1411500015

Tanda Tangan :

Tanggal :

daniel

ORIGINALITY REPORT

46%	45%	19%	20%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.unm.ac.id Internet Source	12%
2	repository.unhas.ac.id Internet Source	2%
3	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	2%

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini di ajukan oleh :
Nama : Daniel Hermawan
Program Studi : 1411500015
Judul Skripsi : PENGARUH BAURAN PEMASASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TOYOTA CALYA PADA
AUTO 2000 PASAR KEMIS

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik Pada Program Studi Manajemen Institut Teknologi Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1 : Ir. Edward S. Tampubolon, MM (.....)
Pembimbing 2 : Mutiara Eka Puspita, S. MB, M. Si (.....)
Penguji 1 : Annuridya Rosyidta P.O, S.Pi, MM (.....)
Penguji 2 : Dra. Nunnie Nurida, MM (.....)

Ditetapkan di Kampus Institut Teknologi Indonesia, Tangerang Selatan

Tanggal :.....

KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN

(Ir. Katri Widayani,MT)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat serta kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang mengambil judul “*(PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOYOTA CALYA PADA AUTO 2000 PASAR KEMIS)*”

Dalam mewujudkan penelitian ini tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik bersifat moril maupun materil, oleh karena itu kami ingin menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah mendukung serta membantu selama penyusunan penelitian ini dan juga pihak akademis di kampus Institut Teknologi Indonesia, diantaranya adalah:

1. Ibu Ir. Katri Widyani, MT selaku selaku Ketua Program Studi Manajemen Institut Teknologi Indonesia sekaligus dosen pembimbing akademik mahasiswa angkatan 2015..
2. Bapak Ir. Edward S Tampubolon, MM, yang telah memberikan bimbingan serta arahan dalam penelitian ini.
3. Kedua orang tua, Ayah dan Ibu yang tak pernah jenuh untuk mencurahkan kasih sayang, doa, serta dukugannya untuk kelancaran selama kuliah dan selama penulisan penelitian ini
4. Segenap dosen program studi Manajemen Institut Teknologi Indonesia yang telah memberikan bekal dan ilmu pengetahuan yang bermanfaat.
5. Adik ku Martinus Kristanto yang telah selalu memberikan doa serta support meminjamkan laptopnya untuk kakaknya dalam mengerjakan penelitian ini.
6. Keluarga manajemen angkatan 2015 yang selalu memberikan semangat, canda tawa, selama dalam berkuliah di Institut Teknologi Indonesia.
7. Jyoti Khaleda yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis agar menyelesaikan penelitian ini.

8. Bapak Iwan Tedyanto selaku kepala cabang AUTO 2000 Pasar Kemis yang sudah memberikan izin untuk melakukan penelitian di cabang tersebut.
9. Mba Suci selaku customer relationship AUTO 2000 Pasar Kemis yang juga sudah memberikan semangat dan dukungan serta izin untuk melakukan penelitian ini.
10. Serta pihak-pihak yang sudah membantu yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Tangerang Selatan, 22 Januari 2021

Daniel Hermawan

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR / SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Institut Teknologi Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Daniel Hermawan

NPM : 1411500015

Program Studi : Manajemen

Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk diberikan kepada Institut Teknologi Indonesia Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“ Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian pada Mobil Toyota Calya pada AUTO 2000 Pasar Kemis Tangerang” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Institut Teknologi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Tugas Akhir/Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Tangerang Selatan

Pada Tanggal 27 Januari 2021

Yang menyatakan,

Daniel Hermawan

ABSTRAK

Nama : Daniel Hermawan
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Calya Pada Auto 2000 Pasar Kemis
Dosen Pembimbing 1 : Ir. Edward S. Tampubolon, MM
Dosen Pembimbing 2 : Mutiara Eka Puspita S.MB, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian Mobil Toyota Calya Pada AUTO 2000 Cabang Pasar Kemis Tangerang. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Toyota Calya, sampel yang digunakan sebanyak 140 orang responden dengan menggunakan teknik sampling *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Teknis analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan *Statistical Product and Service Solution (SPSS) v.25* dan uji hipotesis menggunakan uji F dan uji t. Berdasarkan hasil uji t (parsial) diketahui bahwa produk (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian Toyota Calya, hal ini didukung dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($3,199 > 1,97769$). Sedangkan Harga (X2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Toyota Calya, hal ini dilihat dengan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ($0,123 > 1,97769$). Dan distribusi (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian Toyota Calya, hal ini didukung dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,950 > 1,97769$). Dan promosi (X4) berpengaruh terhadap keputusan pembelian Toyota Calya, hal ini didukung dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($4,697 > 1,97769$). Berdasarkan uji F (simultan) diketahui bahwa variabel produk, harga, dan promosi berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pembelian Toyota Calya, hal ini didukung dengan nilai F hitung yang lebih besar dari F tabel ($55,082 > 2,44$), dan berdasarkan hasil koefisien determinasi (R^2) diketahui bahwa nilai R square sebesar 0,620 atau 62,0% , itu artinya variabel independen yang terdiri dari produk, harga, dan promosi berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian sebesar 62,0%. Sedangkan sisanya sebesar 38,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Kata kunci : *Produk, harga, distribusi, promosi, dan keputusan pembelian*

ABSTRACT

This research aimed to determine the effect of the marketing mix on the purchase decision of a Toyota Calya at AUTO 2000 Pasar Kemis Tangerang Branch. The sample in this study were Toyota Calya consumers, the sample used was 140 respondents using purposive sampling technique. Data collection was carried out using questionnaires, interviews and documentation. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis using Statistical Product and Service Solution (SPSS) v.25 and hypothesis testing using the f test and t test. Based on the results of the t test (partial), it is known that the product (X1) has an effect on the Toyota Calya purchase decision, this is supported by the t value greater than the t table ($3.199 > 1.97769$). Meanwhile, price (X2) has no effect on the Toyota Calya purchase decision, this can be seen with the t value is smaller than the t table ($0.123 > 1.97769$). And the distribution (X3) affects the Toyota Calya purchase decision, this is supported by the t value is greater than t table ($2.950 > 1.97769$). And promotion (X4) has an effect on the Toyota Calya purchase decision, this is supported by the t value is greater than t table ($4.697 > 1.97769$). Based on the F test (simultaneous) it is known that the product, price, and promotion variables simultaneously or jointly influence the Toyota Calya purchase decision, this is supported by the calculated F value greater than F table ($55.082 > 2.44$), and based on the results The coefficient of determination (R^2) shows that the R square value is 0.620 or 62.0%, which means that the independent variables consisting of product, price, and promotion have an effect on the dependent variable, namely the purchase decision of 62.0%. While the remaining 38.0% is influenced by other variables not in this study.

Keywords: product, price, place, promotion, and purchase decision

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORSINALITAS	3
HALAMAN PENGESAHAN	4
KATA PENGANTAR	5
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR / SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	7
ABSTRAK.....	8
ABSTRACT.....	9
DAFTAR ISI.....	10
DAFTAR TABEL.....	12
DAFTAR GAMBAR	14
BAB 1 PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1.Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Perumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Pembatasan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.4 Metodologi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.6 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.7 Sistematika Penulisan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Pengertian Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Strategi produk	Error! Bookmark not defined.
2.4 Strategi Harga.....	Error! Bookmark not defined.
2.5 Strategi Distribusi.....	Error! Bookmark not defined.
2.6 Strategi Promosi	Error! Bookmark not defined.
2.7 Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
2.8 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.9 Kerangka Pemikiran.....	Error! Bookmark not defined.
2.10 Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.2 Penjelasan Diagram Alir (Flowchart).....	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Mulai.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Studi Literatur.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.3 Studi Lapangan.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.4 Perumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.5 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.6 Populasi dan Sampel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.7 Analisis Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.8 Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.9 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.10 Metode Analisis.....	Error! Bookmark not defined.

3.2.11 Pengolahan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.12 Pembahasan Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.13 Kesimpulan dan Saran.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.14 Selesai.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	Error! Bookmark not defined.
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
4.2 Karakteristik Responden.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Jenis Kelamin Responden.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Usia Responden.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.3 Pekerjaan Responden.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.4 Pendapatan Responden.....	Error! Bookmark not defined.
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.1 Deskripsi Variabel Produk.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.2 Deskripsi Variabel Harga.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.3 Deskripsi Variabel Distribusi (tempat).....	Error! Bookmark not defined.
4.3.4 Deskripsi Variabel Promosi.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.5 Deskripsi Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.1 Uji Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.2 Uji Realibilitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.1 Uji Normalitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	Error! Bookmark not defined.
4.7 Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
4.7.1 Uji t (parsial).....	Error! Bookmark not defined.
4.7.2 Uji F (simultan).....	Error! Bookmark not defined.
4.8 Koefisien Determinasi (R ²).....	Error! Bookmark not defined.
4.9 Sumbangan Efektif (SE).....	Error! Bookmark not defined.
4.10 Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
4.10.1 Pengaruh produk terhadap keputusan pembelian Toyota Calya	Error! Bookmark not defined.
not defined.	
4.10.2 Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian Toyota Calya.	Error! Bookmark not defined.
not defined.	
4.10.3 Pengaruh Distribusi terhadap keputusan pembelian Toyota Calya.....	Error! Bookmark not defined.
Bookmark not defined.	
4.10.4 Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Toyota Calya.....	Error! Bookmark not defined.
Bookmark not defined.	
4.10.5 Pengaruh produk, harga, distribusi, promosi secara terhadap keputusan pembelian Toyota Calya.....	Error! Bookmark not defined.
Error! Bookmark not defined.	
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran.....	Error! Bookmark not defined.
Daftar Pustaka.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Daftar Harga Mobil.....	3
Tabel 2.1	: Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3.1	: Skala Likert.....	18
Tabel 3.2	: Operasional Variabel.....	20
Tabel 4.1	: Jenis Kelamin Responden.....	26
Tabel 4.2	: Usia Responden.....	27
Tabel 4.3	: Pekerjaan Responden.....	27
Tabel 4.4	: Pendapatan Responden.....	28
Tabel 4.5	: Deskripsi Variabel Produk.....	28
Tabel 4.6	: Deskripsi Variabel Harga.....	30
Tabel 4.7	: Deskripsi Variabel Tempat.....	31
Tabel 4.8	: Deskripsi Variabel Promosi.....	32
Tabel 4.9	: Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	33
Tabel 4.10	: Hasil Uji validitas Produk.....	34
Tabel 4.11	: Hasil Uji validitas Harga.....	35
Tabel 4.12	: Hasil Uji validitas Tempat.....	35
Tabel 4.13	: Hasil Uji validitas Promosi.....	35
Tabel 4.14	: Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	35
Tabel 4.15	: Hasil Uji Reabilitas.....	36
Tabel 4.16	: Hasil Uji Multikolinieritas.....	38

Tabel 4.17	: Uji Regresi Linier Berganda.....	39
Tabel 4.18	: Hasil Uji F.....	41
Tabel 4.19	: Koefisien Determinasi (R^2).....	42
Tabel 4.20	: Sumbangan Efektif.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran.....	13
Gambar 3.1 : Diagram Alir.....	14
Gambar 3.2 : Garis Kontinum	19
Gambar 4.1 : Garis Kontinum variabel Produk.....	29
Gambar 4.2 : Garis Kontinum variabel Harga.....	31
Gambar 4.3 : Garis Kontinum variabel Tempat	32
Gambar 4.3 : Garis Kontinum variabel Promosi	33
Gambar 4.5 : Garis Kontinum Keputusan Pembelian	34
Gambar 4.6 : Uji Normalitas	37
Gambar 4.7 : Uji Heterokedastisitas	38
Gambar 4.8 : Sumbangan Efektif.....	43