

**PENGARUH STRATEGI MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN  
MEMBELI SEPEDA MOTOR SUZUKI PADA PT. SINAR GALESONG  
PRATAMA CABANG GORONTALO**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Persyaratan Untuk Menyelesaikan Studi (SI) Guna  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo**

Oleh

**HAYATI OLII**

**NIM : 931 410 015**



**UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JURUSAN MANAJEMEN  
PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN**

**2014**



**PENGARUH STRATEGI MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN  
MEMBELI SEPEDA MOTOR SUZUKI PADA PT. SINAR GALESONG  
PRATAMA CABANG GORONTALO**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Persyaratan Untuk Menyelesaikan Studi (SI) Guna  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo**

Oleh

**HAYATI OLII**

**NIM : 931 410 015**



**UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JURUSAN MANAJEMEN  
PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN**

**2014**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, HAYATI OLI menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Pengaruh Strategi Marketing Mix Terhadap Keputusan Membeli Sepeda Motor Suzuki Pada Sinar Galesong Pratama Kota Gorontalo" yang disusun untuk memenuhi persyaratan dalam menempuh ujian akhir di Universitas Negeri Gorontalo, merupakan hasil karya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya dengan jelas sesuai dengan norma, kaidah, etika, penulisan ilmiah dalam buku penulisan karya ilmiah Universitas Negeri Gorontalo.

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya sendiri atau mendapat plagiat dari bagian-bagian tertentu, maka saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi lainnya sesuai peraturan perundangan yang berlaku.

Gorontalo, Mei 2014

Yang bertanda

  
HAYATI OLI  
NIM. 931 410 015

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

PENGARUH STRATEGI MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN  
MEMBELI SEPEDA MOTOR SUZUKI PADA PT. SINAR GALESONG  
PRATAMA CABANG GORONTALO

Oleh

HAYATI OLIH  
NIM. 931 410 015

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I



Dr. H. Walidun Husain, M.Si  
Nip. 19550803 198203 1 002

Pembimbing II



Idris Yanto Niode, S.Pd, M.M  
Nip. 19781026 200501 1 001

Mengetahui  
KETUA JURUSAN MANAJEMEN



Drs. Maha Atma Kadji, M.Si  
Nip.19660113 200312 1 001

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi yang berjudul Pengaruh Strategi Marketing Mix Terhadap  
Keputusan Membeli Sepeda Motor Suzuki Pada PT. Sinar Galesong  
Pratama Cabang Gorontalo

Oleh

**Hayati Olli**

**Nim : 931 410 015**

Telah dipertahankan di depan dewan penguji

Hari/tanggal : JUMAT, 18 JULI 2014

Waktu : 11.00 Wita

**Penguji :**

- |                                 |        |
|---------------------------------|--------|
| 1. Dra. Hj. Salma Bowtha, M.pd. | 1..... |
| 2. Ramlan Amir Isa, SE, MM      | 2..... |
| 3. Dr. H. Walidun Husain. M.Si  | 3..... |
| 4. Idris Yanto Niode, S.Pd, MM  | 4..... |

Gorontalo, 24 Juli 2014 -

**Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis**

  
  
**Imran R. Hambali, S.Pd, SE, MSA**  
**NIP. 19700823 199903 1 005**

## ABSTRACT

**HAYATI OLIJ, Student ID 931 410 159.** *"The Effect of Marketing Mix Strategy toward the Buying Decision of Suzuki Motorcycle at PT. Sinar Galesong Pratama, Gorontalo Branch"*. Skripsi, Study Program of S1 Management, Department of Management, Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Gorontalo. It supervised by **Dr. H. Walidun Husain, M.Si** as the principal supervisor and **Idris Yanto Niode, S.Pd, M.Si** as the co-supervisor. The research aimed to find out how the effect of Mix Marketing Strategy toward the Buying Decision of Suzuki Motorcycle at PT. Sinar Galesong Pratama, Gorontalo Branch and partially is, if the effect is significant toward the buying decision. Method of research was quantitative method by having two variables which were independent variable (marketing mix strategy) as the variable X and dependent variable (buying decision) as the variable Y. The data were analyzed through simple linear regression. To conclude, the marketing mix effectively and efficiently had a significant relationship toward the buying decision. It can be seen by the regression equation. Then by counting the determination coefficient, it showed that 26,9% of variability about buying decision, can be explained by the marketing mix. The remains, as 73,1%, was affected by other variables.

**Keywords:** *Marketing Mix Strategy toward the Buying Decision*



## ABSTRAK

**HAYATI OLII, NIM 931 410 159.** “*Pengaruh Strategi Marketing Mix Terhadap keputusan Membeli Sepeda Motor Suzuki Pada PT. Sinar Galesong Pratama Cabang Gorontalo*”. Skripsi Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo. Dibawah Bimbingan Bapak **Dr. H. Walidun Husain, M.Si** selaku Pembimbing I dan Bapak **Idris Yanto Niode, S.Pd, M.Si** selaku Pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh strategi marketing mix terhadap keputusan membeli motor Suzuki pada PT sinar galesong Pratama cabang Gorontalo. Secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan 2 variabel yaitu variabel bebas (independen) adalah Strategi Marketing mix (X) dan Variabel terikat (dependen) adalah keputusan pembelian (Y). Data dianalisis dengan menggunakan regresi linear sederhana. Dimana bauran Pemasaran / Marketing Mix secara efektif dan efisien mempunyai hubungan yang nyata terhadap Keputusan pembelian konsumen. Hal ini dinyatakan dengan persamaan regresi. Selanjutnya dalam perhitungan keefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 26,9 % variabilitas mengenai keputusan konsumen terhadap PT. Sinar Galesong Kota Gorontalo dapat diterangkan oleh strategi Bauran Pemasaran / Marketing Mix yang diterapkan, sedangkan sisanya sebesar 73,1 % dipengaruhi oleh variabel lain.

**Kata kunci:** Strategi *Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian* .



## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*Bacalah dan Tuhanmu-lah yang Maha Pemurah, Yang mengajar manusia dengan perantara kalam, Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya.*

**(Qs Al Alaq : 3-5)**

Bila kita mendapatkan ilmu pengetahuan yang lebih, maka diharuskanlah membagikan kepada orang lain dan tidak mengharapkan imbalan apapun dari orang lain karena kita di dunia ini bukan hanya semata-mata untuk mementingkan diri kita sendiri, karena sesungguhnya ilmu yang ada pada kita datangnya dari Allah SWT karna dia-lah yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan pada kita selaku hambanya dan sebagai mahluk Allah kita harus menjaganya dengan baik.

*(yatí)*

**Skripsi ini kupersembahkan untuk :**

Kedua Orang Tuaku Tercinta Ayah (Alm. Zeiss olii) dan Ibu (Rasmin Laranda), terima kasih atas cinta, kasih sayang serta doanya yang selalu diberikan kepadaku selama aku masi kecil dan sampai sekarang ini. Semoga segala pengorbanan kalian akan dibalas oleh allah SWT.

Adik-adikku Tersayang Deli Ollii dan Dedi Ollii dan keluarga besar-ku terima kasih atas semuanya.

Dan yang paling khusus Kepada ayahku tercinta (Alm. Zeiss Ollii) skripsi ini kupersembahkan untukmu karena engkaulah yang telah memberikan semangat ku untuk menempuh ilmu. Dan ayahlah yang selalu aku ingat disaat aku tak sanggup lagi menyelesaikan skripsi ini tapi berkat ayah skripsi ini Alhamdulillah terselesaikan dengan baik.

**ALMAMATERKU TERCINTA**

**TEMPATKU MENIMBAH ILMU**

**UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO**

**2014**

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Puji dan syukur senantiasa kita haturkan kehadiran Allah SWT Tuhan semesta alam karena berkat anugerah dan rahmat dariNya kehidupan kita selaku khalifah di muka bumi ini bisa terus berjalan sebagaimana takdirnya. Tidak lupa saya selaku penulis menyadari bahwasanya atas izin-Nya maka peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH STRATEGI MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI SEPEDA MOTOR SUZUKI PADA PT. Si**

**NAR GALESONG PRATAMA CABANG GORONTALO”**.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat akademik untuk menempuh ujian sarjana Manajemen pada program studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis di Universitas Negeri Gorontalo.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, peneliti banyak menghadapi berbagai kesulitan dan hambatan, namun berkat ridho Allah SWT, serta kemauan, usaha dan kerja keras untuk maju serta bantuan dan bimbingan motivasi dari dosen dan seluruh pihak maka semua kesulitan dan hambatan dapat teratasi.

Oleh karenanya dengan kerendahan hati, maka peneliti menyampaikan penghargaan setinggi-tingginya serta ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Syamsu Qamar Badu, M.Pd selaku rektor Universitas Negeri Gorontalo.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sarson W.Dj pomalato, M.Pd selaku pembantu rektor I Bidang Akademik Universitas Negeri Gorontalo.

3. Bapak Edwar Wolok, ST.MT selaku pembantu rektor II Bidang Administrasi Dan Keuangan Universitas Negeri Gorontalo.
4. Bapak Dr. Fence M. Wantu, SH, MH selaku pembantu rektor III Bidang Kemahasiswaan Universitas Negeri Gorontalo.
5. Bapak Prof. Dr. H. Hasanudin Fatsah, M.Hum selaku pembantu rektor IV.
6. Bapak Dr. H. Wahlidun Husain, M.Si selaku Dosen Pembimbing satu, terima kasih atas arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Bapak Idris Yanto Niode, S.Pd, M.Si selaku Dosen Pembimbing dua, terima kasih atas arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Bapak Imran R. Hambali, S.Pd., SE., MSA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo.
9. Bapak Raflin Hinelu, S.Pd., M.Si selaku Pembantu Dekan I Bidang Akademik Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo.
10. Bapak Supardi Nani, SE., M.Si selaku Pembantu Dekan II Bidang Administrasi Umum Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo.
11. Bapak Irwan Yanto S.Pd., M.Si selaku Pembantu Dekan III Bidang Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo
12. Bapak Drs. Maha Atma Kadji, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo.
13. Bapak Drs. Ramlan Amir Isa, SE, MM selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo dan juga selaku Dosen Penguji Dua, terima kasih atas pengujian dan arahan yang dapat membuat skripsi ini lebih baik..

14. Bapak Moh. Agussalim Monoarfa, SE., MM selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo.
15. Ibu Dra. Hj. Salma Bowtha, M.Pd selaku Dosen Penguji Satu, terima kasih atas pengujian dan arahan yang dapat membuat skripsi ini lebih baik.
16. Seluruh Staf Administrasi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Khususnya staf Administrasi Jurusan Manajemen, dan seluruh Staf Bapak/Ibu dosen penajar dan Karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo yang telah memberi bekal ilmu yang bermanfaat dan bantuannya.
17. Bapak Iskandar selaku Manager Sinar Galesong Pratama wilayah Kota Gorontalo yang telah memberi arahan mengenai penelitian konsumen pengguna motor Suzuki.
18. Teman-teman di dalam maupun diluar kampus : Dessy, Desi, Tuti, Loli, Mun, Amey, Marce, Iwan, Yusup, candra, serta teman-temanku semua kelas B S1 Manajemen dan teman-teman Kosentrasi Marketing yang seperjuangan yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Terima kasih atas dukungan dan motivasinya selama kita kuliah bersama.

Semua ini tidak luput dari suatu kerjasama yang baik, untuk dosen-dosen dan semua teman-temanku tanpa kalian saya tidak dapat meyelesaikan akhir studi ini untuk menempuh gelar sarjana. Dan tanpa campur tangan dari sang Illahi Robby semua ini tidak akan terselesaikan jika kita tidak mensyukuri segala kemudahan yang telah diberikan.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Gorontalo, Juli 2013

Hayati Oliy

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL...</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN LOGO .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN... ..</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN... ..</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	5
1.4 Tujuan Penelitian .....	5
1.5 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II KAJIAN TEORITIS DAN HIPOTESIS.....</b>	<b>7</b>
2.1 Kajian Teoritis .....	7
2.1.1 Konsep Pemasaran .....	7
2.1.2 Tinjauan Tentang Marketing Mix .....	9
2.1.3 Perilaku konsumen .....	17
2.1.4 Karakteristik Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	19
2.1.5 Keputusan Pembelian .....	20
2.2 Kajian Penelitian Yang Relevan .....	22
2.3 Kerangka Pikir.....	30
2.4 Hipotesis Penelitian.....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	34
3.2 Metode Penelitian .....	34
3.3 Definisi Operasional Variabel .....	35
3.3.1 Variabel Independen .....	35
3.3.2 Variabel Dependen .....	36
3.4 Populasi Dan Sampel.....	37
3.4.1 Popoulasi .....	37
3.4.2 Sampel.....	37
3.5 Tehnik Pengumpulan Data .....	39
3.6 Sumber Data .....	39
3.7 Prosedur Pengujian Instrumen Penelitian.....	40
3.7.1 Uji Validitas .....	40
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	44
3.8 Tehnik Analisis Data.....	46
3.8.1 Analisis Regresi Sederhana .....	46
3.9 Uji Asumsi Klasik Model Regresi Sederhana.....	47
3.9.1 Pengujian Normalitas .....	47
3.10 Pengujian Hipotesis .....	47
3.11 Koefisiensi Determinasi.....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian... ..	49
4.1.1 Profil Perusahaan... ..	49
4.1.2 Gambaran Umum Responden .....	51
4.1.2.1 Responden Menurut Jenis Kelamin .....	51
4.1.2.2 Responden Menurut Pekerjaan .....	51
4.1.2.3 Responden Menurut Tipe Sepeda Motor Suzuki .....	52
4.2 Deskripsi Fariabel.....	53
4.2.1 Deskripsi Fariabel Kualitas Produk.....	53
4.2.2 Deskripsi Fariabel Minat Beli.....	54
4.3 Analisis Data... ..	55
4.3.1 Uji Normalitas.....	55
4.3.2 Analisis Regresi Linier Sederhana....	56

4.3.3 Pengujian Hipotesis .....	58
4.3.4 Pengujian Koefisien korelasi dan Determinasi .....	60
4.4 Pembahasan.....	61
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>64</b>
5.1 Simpulan.....	64
5.2 Saran.....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>CURRICULUM VITAE</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Volume Penjualan.....	3
Tabel 2 Variabel Independen Strategi Marketing Mix.....	35
Tabel 3 Variabel Dependen Keputusan Membeli .....	36
Tabel 4 Hasil Pengujian Validitas .....	42
Tabel 5 Hasil Pengujian Validitas .....	43
Tabel 6 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha .....	45
Tabel 7 Hasil Pengujian Realibilitas .....	46
Tabel 8 Tipe dan harga Sepeda Motor Suzuki.....	50
Tabel 9 Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin .....	51
Tabel 10 Jumlah Responden Menurut Pekerjaan .....	52
Tabel 11 Jumlah Responden Tipe Sepeda Motor Suzuki .....	52
Tabel 12 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas produk.....	53
Tabel 13 Tanggapan Responden Mengenai Motovasi External .....	54
Tabel 14 Uji Normalitas Distribusi.....	55
Tabel 15 Hasil Analisa regresi Linier Sederhana .....	57
Tabel 16 Hasil Pengujian t-test .....	58
Tabel 17 Hasil Pengujian F-test.....	59
Tabel 18 Hasil Koefisien Korelasi dan Determinasi.....	60



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Bauran Pemasaran .....	11
Gambar 2 Lapisan-Lapiran Produk.....	13
Gambar 3 Proses Keputusan pembelian .....	21
Gambar 4 Kerangka Berpikir .....	32
Gambar 5 Desain penelitian .....	34
Gambar 6 Hasil Pengujian Normalitas .....	56

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kusioner .....	66
Lampiran 2 Data Ordinal Variabel Marketing Mix Dan Keputusan Pembelian .....	70
Lampiran 3 Validitas dan Reliabilitas Variabel Marketing Mix.....	72
Lampiran 4 Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian .....	74
Lampiran 5 Data Frekuensi Jawaban Responden .....	76
Lampiran 6 Data Frekuensi Jawaban Responden Variabel Y .....	79
Lampiran 7 Normalitas Data .....	81
Lampiran 8 Analisis Regresi .....	82
Lampiran 9 F table .....	85
Lampiran 10 T table .....	86