SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya ini (skripsi) ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Negeri Gorontalo maupun Universitas lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah dan dipublikasikan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah yang disebutkan nama pengarang dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh atau sanksi lain sesuai dengan norma/aturan yang berlaku pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo.

Gorontalo, 2016

METERAI TEMPEL
3DADAADF599217640
6000
ENAM RIBU RUPIAH

SITI MARYAM
NIM. 931 412 235

PERSETUJUAN PEMBIMBING

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR SUZUKI NeX PADA PT. SINAR GALESONG MANDIRI GORONTALO

Oleh:

SITI MARYAM
NIM. 931 412 235

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Hapsawati Taan, S.T., M.M	**Yulinda L Ismail, M.Si**
NIP. 197602012005012004	**NIP. 197607042005012002**

Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen

Hais Dama, SE.,M.Si
NIP. 19730305 200212 1 003

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR SUZUKI Nex PADA PT. SINAR GALESONG MANDIRI GORONTALO

Oleh

SITI MARYAM
NIM. 931 412 235

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Selasa, 19 Juli 2016
Waktu : 10.00 WITA

Penguji:

1. **Prof, Dr. Yulianto Kadji, M.Si** 1. .....
2. **Idris Yanto Niode, S.pd, MM** 2. .....
3. **Dr. Hapsawati Taan, S.T., M.M** 3. .....
4. **Yulinda L Ismail, M.Si** 4. .....

Mengetahui:
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Hamzah Yunus, M.Pd
NIP. 19600223 198603 1 004

ABSTRAK

Siti Maryam. NIM 931 412 235. **2016**. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Suzuki Nex Pada PT Sinar Galesong Mandiri Cabang Gorontalo* . Skripsi. Program Studi Sarjana Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan, Universitas Negeri Gorontalo. Dr. Hapsawati Taan, ST., M.M, selaku Pembimbing I dan Yulinda L Ismail, M.Si selaku Pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Nex pada PT. Sinar Galesong Mandiri Cabang Gorontalo. Tehnik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui observasi, wawancara dan kuisioner. Penelitian ini menggunakan empat variabel yaitu variabel bebas (independen) yang terdiri dari Product (X1), Price (X2), Promotion (X3), Place (X4) dan variabel terikatnya (dependen) adalah Keputusan Pembelian (Y). Data dianalisis dengan menggunakan regresi linear berganda.

Adapun hasil penelitian menunjukan analisis regresi berganda yaitu, Y = a + β1X1 - β2X2 – β3X3 + β4X4 + e. Y = 15,073 + 1.072 X1 – ,106X2 + 0,352 X3 + 1.261 X4 + 0.5. Hasil uji t menunjukan bahwa untuk variabel bauran produk/ product (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel bauran harga/ price (X2) berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel bauran promosi/ promotion (X3) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel bauran tempat distribusi/ place (X4) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Nex Cab. Gorontalo, dimana nilai Fhitung > Ftabel=12.755 > 2.47. Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan besarnya kontribusi 0.364 atau 36,4% keputusan pembelian dipengaruhi oleh bauran pemasaran yang terdiri dari bauran produk, harga, promosi dan distribusi, sedangkan sisanya yaitu 63,6% berupa kontribusi dari faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: **Bauran Pemasaran dan Keputusan Pembelian.**

ABSTRACT

Siti Maryam. Student ID. 931 412 235. 2016. The Influence of Marketing Mix toward Purchasing Decision of Suzuki Nex at PT. Sinar Galesong Mandiri, Branch of Gorontalo. Skripsi. Bachelor Study Program of Management, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. Principal supervisor is Dr. Hapsawati Taan, ST., M.M and Co-supervisor is Yulinda L. Ismail, M.Si.

This research aims at testing the influence of marketing mix toward purchasing decision of Suzuki Nex at PT. Sinar Galesong Mandiri, Branch of Gorontalo. The techniques of data collection are observation, interview and questionnaire. This research consists of 4 independent variables namely Product (X1), price (X2), Promotion (X3), and Place (X4)and one dependent variable namely Purchasing Decision (Y). The data, however, are analyzed by using multiple linear regression.

The result of multiple regression analysis shows that Y = a + β1X1 – β2X2 – β3X3 + β4X4 + e. Y = 15,073 + 1.072 X1 – , 106X2 + 0,352 X3 + 1.261 X4 + 0.5. T test result shows that product variable (X1) has positive and significant influence to purchasing decision, price variable (X2) has negative and significant to purchasing decision, promotion (X3) variable has negative and insignificant influence to purchasing decision, and place (X4) variable has positive and insignificant to purchasing decision. F test result shows that independent variables simultaneously has positive influence to purchasing decision of Suzuki Nex motorcycle at PT. Sinar Galesong Mandiri, Branch of Gorontalo, where the value of Fcount (2.47) is higher than Ftable (2.47). Besides, the determination coefficient (R^2) shows that the contribution of Product, price, Promotion, and Place toward purchasing decision is 0.364 or 36.4% while the rest 63,6% is the contribution of other factors which are not observed in this research.

Keywords: **Marketing Mix and Purchasing Decision**

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO UPT. BAHASA