

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**SKRIPSI**

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

**OLEH**

**NURAFLIYANI ADIKO**  
931 431 062

**PEMBIMBING I**



**Idris Yanto Niode, S.Pd., MM**  
NIP. 197810262005011001

**PEMBIMBING II**



**Ramlan Amir Isa, SE., MM**  
NIP. 19750828200641018

**Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen**



**Hais Dama, SE., M.Si**  
NIP. 197303052002121003

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

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

Oleh

**NURAFLIYANI ADIKO**  
931 413 062

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Senin, 17 Juli 2017

Waktu : 10.00

Penguji:

- |                                   |         |
|-----------------------------------|---------|
| 1. Dr.Hapsawati Taan ST.,M.M      | 1. .... |
| 2. Djoko Lesmana Radji, S.Pd,M.Si | 2. .... |
| 3. Idris Yanto Niode,SPd, M.Si    | 3. .... |
| 4. Ramlan Amir Isa, SE, MM        | 4. .... |

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Imran Rosman Hambell,SPd,SE,MSA

NIP. 19700823 199903 1 005

## ABSTRAK

**Nurafliyani Adiko, 931 413 062. 2017. Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian motor Suzuki pada PT.Sinar Galesong Mandiri Gorontalo.** Program Studi S1 Manajemen, Jurusan manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, dibawah bimbingan Bapak Idris Yanto Niode,SPd, MM dan Bapak Ramlan Amir Isa, SE, MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap keputusan pembelian motor Suzuki pada PT.Sinar Galesong Mandiri Gorontalo. Penelitian ini menggunakan data primer yang berupa kuisioner. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli motor Suzuki pada PT.Sinar Galesong Mandiri Gorontalo. Sampel yang digunakan berjumlah 80 orang. Teknik analisis data yang digunakan yakni analisis regresi berganda.

Adapun hasil penelitian menunjukkan analisis regresi berganda yaitu,  $Y = a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 - \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + e$ .  $Y = 1,025 + 5,798X_1 - 4,461X_2 - 145,3558X_3 + 0,5X_4 + e$ . Hasil uji t menentukan bahwa untuk variabel produk (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel harga (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel tempat (X3) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan menunjukkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 51,365 yang berarti lebih besar dari  $F_{tabel}$  sebesar 2,49. Dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , yang berarti bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor Suzuki pada PT.Sinar Galesong Mandiri Gorontalo. Nilai dari ( $R^2$ ) atas Pengaruh bauran Pemasaran Terhadap keputusan pembelian motor Suzuki pada PT.Sinar Galesong Mandiri Gorontalo adalah sebesar 73,3%.

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

## ABSTRACT

**Nurafliyani Adiko, 931 413 062. 2017.** Influence of Marketing Mix towards Purchasing Decision of Suzuki Motorcycle at PT. Sinar Galesong Mandiri Gorontalo. Bachelor Study Program of Management, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. Principal supervisor is Idris Yanto Niode, S.Pd, MM and Co-supervisor is Ramlan Amir Isa, SE, MM.

This research aims at investigating influence of marketing mix towards purchasing decision of Suzuki Motorcycle at PT. Sinar Galesong Mandiri Gorontalo. This research uses primary data gained through questionnaire. Population is all customers who have purchased Suzuki motorcycle at PT. Sinar Galesong Mandiri Gorontalo. Samples are 80 respondents. Technique of data analysis is multiple regression analysis.

Finding reveals that multiple regression analysis obtains  $Y = a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 - \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + e$ ;  $Y = 1,025+5,798+4,461-,145+3,558+0,5$ . Result of t test shows that product variable (X1) positively and significantly influences purchasing decision, price variable (X2) positively and significantly influences purchasing decision, place variable (X3) negatively and insignificantly influences purchasing decision, and promotion variable (X4) positively and significantly influences purchasing decision. Simultaneous test shows that  $F_{count}$  value is 51,365 which is higher than  $F_{table}$  of 2,49. At significance level of  $0,000 < 0,05$ , it means that marketing mix influences purchasing decision of Suzuki Motorcycle at PT. Sinar Galesong Mandiri Gorontalo by having determination coefficient value of influence of marketing mix towards purchasing decision of Suzuki Motorcycle at PT. Sinar Galesong Mandiri Gorontalo for 73,3%.

Keywords: Marketing Mix and Purchasing Decision