

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI BERJUDUL :

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KENDERAAN BERMOTOR YAMAHA MIO
(Survey Pada Konsumen Dealer Yamaha Gorontalo)**

Oleh

HIDAYAT ISMAIL

Telah dipertahankan di depan dewan penguji

Hari/Tanggal :

Waktu :

Penguji :

1. **Dr. Abd Rahman Pakaya, M.Si**
NIP. 19581220 198603 1 001
2. **Ramlan Amir Isa, SE,MM**
NIP. 19750828 200604 1 001

1. 

2. 

Pembimbing :

3. **Irwan Yantu, S.Pd.,M.Si**
NIP. 19731020 200312 1 001
4. **Zulfia K Abdussamad, SE., M.Si**
NIP. 19790925 200501 2 001

3. 

4. 

Gorontalo, 8 Januari 2016

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI,
UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO**




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

ABSTRAK

Hidayat Ismail, NIM 931411080. 2015. Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor yamaha mio (survey pada konsumen dealer yamaha kota gorontalo). Skripsi, Program Studi S1 Manajemen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo. Pembimbing I bapak Irwan Yantu S.Pd,M.Si dan Pembimbing II Ibu Zulfia K Abdussamad, SE,M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta memperoleh gambaran yang jelas tentang seberapa besar pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor yamaha mio (survey pada konsumen dealer yamaha kota gorontalo). Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif, melalui analisis regresi berganda uji korelasi model summary antara variabel bauran pemasaran (X) dan variabel keputusan pembelian (Y). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui pembagian angket atau pembagian kuesioner. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, persamaan regresi yang dihasilkan adalah $Y = 10,763 + ,966X_1 + ,375X_2 + ,375X_3 + ,681X_4 + e$. Dengan nilai determinasi $r = 0,370$ atau 37% yang menunjukkan presentasi variabel x (bauran pemasaran) terhadap variabel Y (keputusan pembelian), sedangkan sisa persentase sebesar 63% dipengaruhi dari faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Secara parsial, hanya produk dan promosi yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian motor yamaha mio. Sedangkan untuk variabel harga dan distribusi meskipun memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian namun pengaruhnya tidak signifikan

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian