

**ANALISIS HUBUNGAN VARIABEL MARKETING MIX
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI
SEPEDA MOTOR MEREK SUZUKI SMASH**
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta)

SKRIPSI



Disusun oleh:

ROBI RIWANTO
96211098

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2005**

**ANALISIS HUBUNGAN VARIABEL MARKETING MIX
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI
SEPEDA MOTOR MEREK SUZUKI SMASH**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta)

SKRIPSI

ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna
memperoleh gelar Sarjana Strata –1 di Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



Disusun oleh:

ROB! RIWANTO

96211098

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2005**

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS HUBUNGAN VARIABEL MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI SEPEDA MOTOR MEREK SUZUKI SMASH

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta)



Disusun oleh:
ROBI RIWANTO
96211098

Yogyakarta, 11 Agustus 2005
Telah disetujui dan disahkan oleh
Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Bachrudin', is written over the name of the supervisor.

Drs. H. Bachrudin, MSi

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

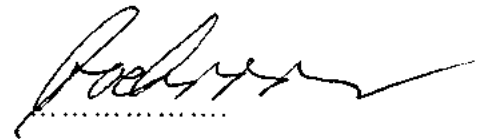
Telah dipertahankan / diujikan dan disahkan
untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Strata – I di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Nama : Robi Riwanto
Nomor Mahasiswa : 96211098
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, September 2005

Disahkan oleh

Penguji / Pembimbing Skripsi : Drs. H. Bachrudin, M.Si



Penguji / Ketua : Dr. Zaenal Arifin, M.Si



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Drs. Suwarsono Muhammad, MA

MOTTO

Dengan menyebut nama ALLAH Yang
Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang

terlambat adalah lebih baik dari pada tidak sama sekali

Janganlah terjatuh pada lubang
yang sama untuk yang kedua kalinya

HALAMAN PERSEMBAHAN

Untuk Ayah Bundaku

Untuk Keluarga Besar Jogja - Lampung

Dan selamanya untuk Riris & Naufal Tercinta

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "ANALISIS HUBUNGAN VARIABEL *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI SEPEDA MOTOR MEREK SUZUKI SMASH" (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta).

Adapun tujuan dalam penulisan skripsi ini untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan studi tingkat strata I pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak yang cukup besar artinya. Untuk itu penulis rasa hormat, penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Suwarsono Muhammad, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia
2. Bapak Drs. H. Bachruddin, M.Si, selaku dosen pembimbing dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ayah dan bunda serta seluruh keluarga besar Jogja dan Lampung, yang tak henti-hentinya memberikan do'a restu dan dorongannya.
4. Spesial untuk Istriku tercinta "Rins" dan Si Little Hero "Naufal" yang telah memberi semangat dan doa yang tulus setiap saat.


5. Semua sahabat senasip seperjuangan angkatan '96 dan '97 FE UII, terutama Boss Ari SE, Mr. Rifqi SE, Mr. Agus SE, Mrs. Iix SE dan teman-teman "Sabtu Nan Cerah" atas dukungan dan persahabatannya.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih tersapat banyak kekurangan, oleh karena itu dengan senang hati penulis mengharapkan kritik, saran dan masukan yang membangun guna kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis mengharapkan semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukannya. Amin.

Yogyakarta, September 2005

Penulis


Robi Riwanto

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan Skripsi	i
Halaman Judul Skripsi	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.6 Hipotesa	12
1.7 Metode Penelitian	13
1.8 Metode Analisis Data	16

BAB II LANDASAN TEORI

2.1	Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	22
2.1.1	Pengertian Pemasaran.....	22
2.1.2	Fungsi Pemasaran.....	24
2.1.3	Pengertian Manajemen Pemasaran.....	25
2.1.4	Konsep Pemasaran Dan Orientasi Pada Konsumen.....	26
2.2	Perilaku Konsumen.....	29
2.2.1	Pengertian Perilaku konsumen.....	29
2.2.2	Teori - Teori Perilaku Konsumen.....	31
2.2.3	Model Perilaku Konsumen.....	34
2.2.4	Kerangka Analisa Perilaku Konsumen.....	35
2.2.5	Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku konsumen..	39
2.2.6	Strategi Pemasaran.....	49

BAB III DATA UMUM PERUSAHAAN

3.1	Data Umum responden.....	56
3.2	Data Umum Sepeda Motor Suzuki Smash 110 CC.....	57

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASANNYA

4.1	Analisis Kuantitatif.....	67
4.1.1	Analisis Validitas Dan Reliabilitas.....	70
4.1.2	Karakteristik Responden.....	81
4.1.3	Pengujian Hipotesa (Analisis Chi Square).....	88

4.2	Pembahasan	129
-----	------------------	-----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	131
-----	------------------	-----

5.2	Saran	140
-----	-------------	-----

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
3.1. Data Umum Responden.....	56
3.2. Spesifikasi Tehnis Sepeda Motor Suzuki Smash.....	61
3.3. Daftar Harga Sepeda Motor Suzuki Smash (tunai).....	62
3.4. Daftar Harga Sepeda Motor Suzuki Smash (kredit).....	62
4.1. Hasil Uji Validitas Variabel Produk.....	69
4.2. Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	70
4.3. Hasil Uji Validitas Variabel Distribusi.....	71
4.4. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	72
4.5. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Beli Konsumen.....	73
4.6. Rangkuman Hasil Uji Validitas Instrumen.....	74
4.7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Produk.....	76
4.8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga.....	77
4.9. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Distribusi.....	78
4.10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi.....	79
4.11. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Beli Konsumen.....	80
4.12. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	81
4.13. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	82
4.14. Hasil Uji Karakteristik Responden.....	84
4.15. Hasil Uji Karakteristik Responden.....	85
4.16. Hasil Uji Crosstab Karakteristik Responden.....	87

4.17. Hasil Uji Chi Square Variabel Produk Dengan Jenis Kelamin	91
4.18. Hasil Uji Mean Variabel Produk Dengan Jenis Kelamin	92
4.19. Hasil Uji Chi Square Variabel Harga Dengan Jenis Kelamin	95
4.20. Hasil Uji Mean Variabel Harga Dengan Jenis Kelamin	96
4.21. Hasil Uji Chi Square Variabel Distribusi Dengan Jenis Kelamin	99
4.22. Hasil Uji Mean Variabel Distribusi Dengan Jenis Kelamin	100
4.23. Hasil Uji Chi Square Variabel Promosi Dengan Jenis Kelamin	103
4.24. Hasil Uji Mean Variabel Promosi Dengan Jenis Kelamin	104
4.25. Hasil Uji Chi Square Variabel KBK Dengan Jenis Kelamin	107
4.26. Hasil Uji Mean Variabel KBK Dengan Jenis Kelamin	108
4.27. Hasil Uji Chi Square Variabel Produk Dengan Pendapatan	111
4.28. Hasil Uji Chi Square Variabel Harga Dengan Pendapatan	115
4.29. Hasil Uji Chi Square Variabel Distribusi Dengan Pendapatan	119
4.30. Hasil Uji Chi Square Variabel Promosi Dengan Pendapatan	123
4.31. Hasil Uji Chi Square Variabel KBK Dengan Pendapatan	127
4.32. Rangkuman Hasil Analisis Chi Square	130

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
2.1. Model Perilaku Konsumen	35
4.1. Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesa Variabel Produk dengan Jenis Kelamin.....	89
4.2. Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesa Variabel Harga dengan Jenis Kelamin.....	94
4.3. Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesa Variabel Distribusi dengan Jenis Kelamin	98
4.4. Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesa Variabel Promosi dengan Jenis Kelamin.....	102
4.5. Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesa Variabel Keputusan Beli Konsumen dengan Jenis Kelamin.....	106
4.6. Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesa Variabel Produk dengan Pendapatan	110
4.7. Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesa Variabel Harga dengan Pendapatan	114
4.8. Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesa Variabel Distribusi dengan Pendapatan	118
4.9. Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesa Variabel Promosi dengan Pendapatan	122
4.10. Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesa Variabel Keputusan Beli Konsumen dengan Pendapatan	126

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Hal
I. Bentuk Kuesioner	141
II. Data Isian Kuesioner	146
III. Data Penelitian	152
IV. Hasil Tabulasi Data	154
V. Tabel Chi Square.....	160