

**Analisis Hubungan Promosi Dan Saluran Distribusi
Dengan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda**

Berdasarkan Karakteristik Konsumen

(Studi Kasus Pada PT. Astra International Tbk Yogyakarta)

SKRIPSI



Disusun oleh :

Nama : Muhammad Warsun
Nomor Mahasiswa : 99311504
Program studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA

2005

**Analisis Hubungan Promosi Dan Saluran Distribusi
Dengan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda
Berdasarkan Karakteristik Konsumen**

(Studi Kasus Pada PT. Astra International Tbk 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 :

Nama : Muhammad Warsun
Nomor Mahasiswa : 99311504
Program studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA**

2005

HALAMAN PENGESAHAN

**Analisis Hubungan Promosi Dan Saluran Distribusi
Dengan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda
Berdasarkan Karakteristik Konsumen
(Studi Kasus Pada PT. Astra International Tbk Yogyakarta)**

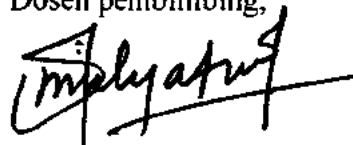
Disusun oleh :

Nama : Muhammad Warsun
Nomor Mahasiswa : 99311504
Program studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 12 Mei 2005

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen pembimbing,



Dra. Sri Mulyati, M.Si.

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



SKRIPSI BERJUDUL

**Analisis Hubungan Promosi Dan Saluran Distribusi
Dengan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda
Berdasarkan Karakteristik Konsumen
(Studi Kasus Pada PT. Astra International Tbk Yogyakarta)**

**Disusun Oleh : Muhammad Warsun
Nomor Mahasiswa : 99311504**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 12 Mei 2005

Penguji/Pemb. Skripsi : Dra. Sri Mulyati, M.Si
Penguji : Drs. Ansari Amani, MM

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Drs. Suwarsono, MA

ABSTRAKSI

Muhammad Warsun, NIM 99311504, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. **Analisis Hubungan Promosi dan Saluran Distribusi Dengan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Berdasarkan Karakteristik Konsumen (Studi Kasus pada PT. Astra International, Tbk Yogyakarta), 2005.**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana hubungan Promosi dan Saluran Distribusi dengan Keputusan Pembelian sepeda motor Honda berdasarkan Karakteristik Konsumen pada PT. Astra International, Tbk Yogyakarta. Populasi dari objek penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian pada PT. Astra International Tbk Yogyakarta. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan Uji Kai – Kuadrat (Chi – Square). Hipotesis yang diajukan adalah hubungan Promosi dan Saluran Distribusi dengan Keputusan Pembelian berdasarkan Karakteristik Konsumen.

Berdasarkan hasil Uji *Chi - Square* dan Koefisien Kontingensi menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan dan erat antara Promosi dan Saluran Distribusi dengan Keputusan Pembelian sepeda motor Honda. Hal ini ditunjukkan oleh nilai χ^2 hitung lebih besar dari nilai χ^2 tabel, serta nilai KK yang mendekati nilai KK maks. Maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel Promosi dan Saluran Distribusi mempunyai hubungan yang erat dengan Keputusan Pembelian konsumen.

Berdasarkan penelitian tersebut, dihasilkan tiga saran yang perlu diperhatikan oleh perusahaan. Pertama, pihak manajemen PT. Astra International Tbk Yogyakarta disarankan untuk lebih memperhatikan kedua variabel tersebut (*promosi* dan *distribusi*), karena mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Kedua, cara yang dapat ditempuh antara lain dengan melakukan penyesuaian pada indikator-indikator yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Ketiga, pihak manajemen sebaiknya memberikan perhatian lebih pada variabel distribusi. Hal ini disebabkan karena variabel tersebut mempunyai pengaruh lebih dominan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda.

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“ Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman / sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku. “

Yogyakarta, 12 Mei 2005

Penulis,

Muhammad Warsun

HALAMAN MOTTO

"..... Allah meninggikan orang-orang yang beriman diantara kamu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat....."

(Q. S. Al- Mujadilah : 11)

"...tutur kata yang baik dan pemaaf lebih baik dari pada sedekah yang diiringi dengan menyinggung perasaan. Allah Maha Kaya dan Penyantun"

(Q. S. Al- Baqarah 263)

" Kita tidak bisa berbuat hal-hal besar, hanya hal-hal kecil dengan cinta yang besar "

(Mother Theresa, 1910 – 1997)

" A Great Pleasure Is Doing What People Think You Can't Do "

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, skripsi ini kupersembahkan untuk:

- *Ayah dan Ibuku yang telah memberikan bantuan, doa, semangat dan dukungannya. Terima kasih yang tak terhingga atas semua kasih sayang yang kalian berikan.*
- *Kakak-kakak ku tersayang*
- *My lovely cousins*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohiem

Segala puji dan syukur yang tak terhingga penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah juga inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Semula penulis sempat ragu apakah dapat menyelesaikan skripsi dengan tangan dan pikiran penulis sendiri. Namun kemudian penulis berfikir bahwa dengan semangat dan kemauan untuk belajar dan berproses, penulis yakin akan dapat menyelesaikannya. Bukankah sepanjang hidup kita akan selalu belajar dan berproses?. Alangkah indahya dunia ini ketika penulis dapat melakukannya. Dan inilah hasilnya dengan segala kekurangan dan keterbatasannya.

Belajar di manapun selalu ada manfaatnya. Sejauh tetap sadar bahwa sekolah hanyalah *a window of reflection*. Sekolah baru bisa disebut berhasil bila mampu menggugah orang untuk senantiasa belajar dan mencari. Fokusnya terletak pada membangkitkan motivasi agar orang mau belajar. Atau, ilmu lebih ditempatkan sebagai pertanyaan terbuka daripada jawaban yang tertutup.

Oleh karena itu, penulis selalu berusaha dan mencoba untuk belajar dan berproses di manapun, kapan pun, dan dengan siapa pun, termasuk ketika dalam mengerjakan skripsi ini. Dan proses itu penulis lewati bersama sekian banyak orang tercinta, sahabat-sahabat terbaik, dan teman-teman dekat. Proses itu memang melelahkan, namun terasa begitu singkat. *No road is long when you travel it with*

friends. Maka kemudian hal-hal baru itu tidak saja penulis temukan dalam skripsi, tapi lebih banyak justru diluar itu. *Every place is school, everyone is teacher*.

Melalui kesempatan ini penulis ingin mengungkapkan perasaan terdalam kepada semua orang yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini. Banyak sekali pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dengan segenap kerendahan hati penulis ingin menghaturkan rasa bangga dan terima kasih tak terhingga kepada :

1. Bapak Drs. H. Suwarsono Muhammad, MA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Ibu Dra. Sri Mulyati, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini, serta kesabaran beliau selama masa bimbingan sangat membantu penulis dalam mencapai hasil yang maksimal.
3. Bapak William Suryawan selaku supervisor PT. Astra International, Tbk Yogyakarta dan Mbak Florens yang baik, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan pelajaran yang sangat berharga sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini.
5. Kedua orang tuaku tercinta yang telah banyak memberikan nasehat, dukungan dan semangat dalam menjalani hidup dengan doa dan airmata untuk masa depanku....suatu anugerah tak terkira menjadi bagian dari keluarga ini.

6. Kakak-kakak ku tercinta (Kang Ojan, Mbak Sobri, Kang Iryn, Yayu Atun) yang selalu memberikan dorongan dan semangat ketika saya sedang mogok (semangatnya he..he..). Dan nggak lupa buat keponakan-keponakanku yang lucu-lucu yang menjadi hiburan gratis disaat saya sedang BE TE. (tetep lucu ampe gede ya..!)
7. My best friends : Aryo (Satu hal yang selalu saya ingat dari dia "*pelupa*". Semoga cepet *mati* penyakitnya he..he.. kasihan tuh anak padahal masih muda...), Tantan & Mawar (kapan nikahnya? Awas ya kalo nggak ngundang), Zaky (deuk masang nu mana Jack? Arek gocap-gocap? lumayan lah..biar nontonnya nggak ngantuk), Teddy (sukses selalu buat wartelnya), , Tika "Imoet" (Thank's to make my life more beautifull), Kori "stephen chow" (kuliah bareng lulusnya bareng juga neh..), Hendra (kapan Qta nyodok lagi coy..), Opan (perasaan lu kalo ngomong nggak pernah nyambung deh..he..he..).
8. Keluarga Pak Bambang ; Pak Bambang, Mamih, Erick 'n Shovie (jangan berantem terus dunks...), Delvie, Mbak Atun (makasih dah ngutangin kalo lagi boke' semoga lebih sering lagi he..he..).
9. Penghuni kost Mommy : Willy (buruan garap skripsinya will), Dicky (bagi satu donk ceweknya..), Ibenk (nonton TV terus nggak bosen apa benk ! TV nya aja bosen diliatin kamu terus..), Hadi "Dhee Dhout" & Alex (nginem ke? ha..ha..), Dino (nitip aQua magetan ya..), Hari "Ibra Azhari" (kalo pulang jangan lupa bawa sayur ama dodolnya...), Adhe "cool" & Itha (terima kasih atas semua bantuannya dalam penyelesaian skripsi ini...), Ali "gale" (jodoh saya gimana neh..?), Taufiq,

Nino, Rendy & Rorry, Tommy, Donyok, Palembang Connection's, Wira, serta semua anak kost Mommy di Janti. *It's the better place that I've ever been stayed in Jogja.....saya akan selalu merindukan kebersamaan kita.*

10. KKN Unit 44 angkatan 28 ; Shinta "sintal" (semoga makin sintal), Imel (ganti mulu cowoknya..sekali-sekali ama aku mau nggak? hik..hik..), Uul "De Longe" (cepat sembuh leavernya biar bisa mimik bareng lagi he..he..), Danang (KKN lagi neh..), Wahyu, Deni, Asep, Izzah, Nungki, Priyo "bukan wanito".
11. Komunitas Manajemen F '99: Adith "BF" (ada bokep baru neh...), Rika (kapan Qta curhat lagi..?), Abadi, Bridge, Cablak, Agung "koplak", Yudi, Sita, Irma, Dani, Amir "almarhum", Aris, Ali "Ugi".
12. Johan, PAO, Ara "BOP", Dadan, Aip, Tatang, Farid, Yaya, Iping, Si Bos "Burjo", Fahrul, O'co, Maya, HerNi, Carlos, Asep "Haji", Yudi "Anyer", Ebeh (kalian telah membuat saya seperti di kampung halaman sendiri).

Penulis yakin masih banyak pihak yang belum tersebutkan disini, namun dengan tanpa mengurangi rasa hormat, penulis ucapkan banyak terima kasih kepada mereka semua. Semoga Allah berkenan membalas budi baik ini. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini akan dapat berguna dan bermanfaat bagi pihak - pihak lain yang berkepentingan dan memerlukan juga bagi penulis sendiri

Yogyakarta, 12 Mei 2005

Penulis

Muhammad Warsun

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
ABSTRAKSI	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Batasan Masalah	5

1.5	Manfaat Penelitian	6.
-----	--------------------------	----

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	7
2.2	Landasan Teori	9
2.2.1	Pengertian Pemasaran	9
2.2.2	Bauran Pemasaran	10
2.2.3	Promosi	12
	A. Pengertian Promosi	12
	B. bauran Promosi	13
	C. Tujuan Promosi	15
	D. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Bauran Promosi	16
	E. Pelaksanaan Rencana Promosi	17
2.2.4	Saluran Distribusi	18
	A. Pengertian Saluran Distribusi	18
	B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Saluran Distribusi	19
	C. Saluran Distribusi yang Digunakan	20
	D. Menentukan Banyaknya Penyalur	22
2.2.5	Keputusan Pembelian	23

A. Pengertian Keputusan Pembelian	23
B. Tahap-Tahap dalam Keputusan Pembelian	23
C. Peranan dalam Keputusan Pembelian	25
2.2.6 Hipotesis Penelitian	25

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian	27
3.1.1 Sejarah Singkat PT. Astra International Tbk Yogyakarta	27
3.1.2 Struktur Organisasi PT. Astra International Tbk Yogyakarta	29
3.2 Variabel Penelitian	32
3.3 Populasi Dan Sampel Penelitian	33
3.3.1 Populasi	33
3.3.2 Sampel	34
3.4 Data Dan Metode Pengumpulan Data	35
3.4.1 Jenis Data	35
3.4.2 Metode Pengumpulan Data	35
A. Uji Validitas Instrumen	37
B. Uji Reliabilitas	39
3.5 Metode Analisis Data	40

3.5.1	Analisis Deskriptif	40
3.5.2	Analisis Kuantitatif	41
	1. Uji Kai – Kuadrat (<i>Chi – Square</i>)	41
	a. Merumuskan Hipotesa	41
	b. Taraf kepercayaan 95 % atau $\alpha = 5\%$	42
	c. Menghitung f_h dengan rumus	42
	d. Menghitung nilai X^2	42
	e. Kriteria Pengujian	43
	2. Koefisien Kontingensi (KK)	43

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1	Karakteristik Responden	44
	4.1.1 Klasifikasi Responden Menurut Jenis Kelamin	44
	4.1.2 Klasifikasi Responden Menurut Usia	44
	4.1.3 Klasifikasi Responden Menurut Tingkat Pendidikan	45
	4.1.4 Klasifikasi Responden Menurut Pekerjaan	46
	4.1.5 Klasifikasi Responden Menurut Pendapatan	47
4.2	Analisis Deskriptif	47
	4.2.1 Variabel Promosi	48
	4.2.2 Variabel Saluran Distribusi	50
4.3	Analisis <i>Chi – Square</i>	51

4.3.1	Hubungan Promosi dengan Keputusan Pembelian	
	berdasarkan Karakteristik Konsumen	51
1.	Hubungan Promosi dengan Keputusan Pembelian	
	berdasarkan Jenis Kelamin Konsumen	51
2.	Hubungan Promosi dengan Keputusan Pembelian	
	berdasarkan Usia Konsumen	52
3.	Hubungan Promosi dengan Keputusan Pembelian	
	berdasarkan Pendidikan Konsumen	54
4.	Hubungan Promosi dengan Keputusan Pembelian	
	berdasarkan Pekerjaan Konsumen	56
5.	Hubungan Promosi dengan Keputusan Pembelian	
	berdasarkan Pendapatan Konsumen	57
4.3.2	Hubungan Saluran Distribusi dengan Keputusan	
	Pembelian berdasarkan Karakteristik Konsumen	59
1.	Hubungan Saluran Distribusi dengan Keputusan	
	Pembelian berdasarkan Jenis Kelamin Konsumen	59
2.	Hubungan Saluran Distribusi dengan Keputusan	
	Pembelian berdasarkan Usia Konsumen	60
3.	Hubungan Saluran Distribusi dengan Keputusan	
	Pembelian berdasarkan Pendidikan Konsumen ...	62
4.	Hubungan Saluran Distribusi dengan Keputusan	

	Pembelian berdasarkan Pekerjaan Konsumen	63
5.	Hubungan Saluran Distribusi dengan Keputusan	
	Pembelian berdasarkan Pendapatan Konsumen ..	65
4.4	Pembahasan	66

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	69
5.2	Saran	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 3.1	Hasil Uji Validitas Instrumen	38
Tabel 3.2	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	40
Tabel 4.1	Klasifikasi Responden Menurut Jenis Kelamin	44
Tabel 4.2	Klasifikasi Responden Menurut Usia	45
Tabel 4.3	Klasifikasi Responden Menurut Tingkat Pendidikan.....	45
Tabel 4.4	Klasifikasi Responden Menurut Pekerjaan.....	46
Tabel 4.5	Klasifikasi Responden Menurut Pendapatan.....	47
Tabel 4.6	Deskripsi Variabel Penelitian	48
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Promosi	49
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Saluran Distribusi	50
Tabel 4.9	<i>Crosstab</i> antara Promosi dengan Jenis Kelamin Konsumen	52
Tabel 4.10	<i>Crosstab</i> antara Promosi dengan Usia Konsumen ...	53
Tabel 4.11	<i>Crosstab</i> antara Promosi dengan Pendidikan Konsumen	55
Tabel 4.12	<i>Crosstab</i> antara Promosi dengan Pekerjaan Konsumen	56

Tabel 4.13	<i>Crosstab</i> antara Promosi dengan Pendapatan Konsumen	58
Tabel 4.14	<i>Crosstab</i> antara Saluran Distribusi dengan Jenis Kelamin Konsumen	59
Tabel 4.15	<i>Crosstab</i> antara Saluran Distribusi dengan Usia Konsumen	61
Tabel 4.16	<i>Crosstab</i> antara Saluran Distribusi dengan Pendidikan Konsumen	62
Tabel 4.17	<i>Crosstab</i> antara Saluran Distribusi dengan Pekerjaan Konsumen	64
Tabel 4.18	<i>Crosstab</i> antara Saluran Distribusi dengan Pendapatan Konsumen	65

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Gambar 4P dari Bauran Pemasaran	38
Gambar 2.2 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I. Questionnaire

Lampiran II. Data Penelitian

Lampiran III. Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran IV. *Chi – Square* dan Kurva Normal