

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN PADA
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL KIJANG INNOVA
TYPE G DI PT. AUTO 2000 JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

**SITI AMELIA ALFIANA
21160000429**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2021**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN PADA
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL KIJANG INNOVA
TYPE G DI PT. AUTO 2000 JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

**SITI AMELIA ALFIANA
21160000429**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan judul:

PENGARUH BAURAN PEMASARAN PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL KIJANG INNOVA TYPE G DI PT. AUTO 2000 JAKARTA SELATAN

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika di kemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 24 September 2021



SITLAMELIAALFIANA
NPM 21160000429

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya ilmiah dengan judul:

PENGARUH BAURAN PEMASARAN PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL KIJANG INNOVA TYPE G DI PT. AUTO 2000 JAKARTA SELATAN

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Karya ilmiah ini ditulis dibawah bimbingan Ibu Megayani, SE, MM. dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Jakarta, 24 September 2021

Pembimbing,

Kepala Program Studi S-1 Manajemen



Megayani,SE,MM



Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc

HALAMAN PENGESAHAN

Karya ilmiah dengan judul:

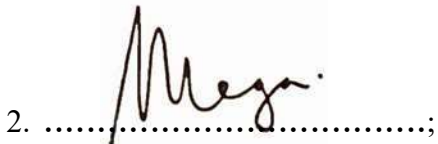
PENGARUH BAURAN PEMASARAN PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL KIJANG INNOVA TYPE G DI PT. AUTO 2000 JAKARTA SELATAN

Telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Progam Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) pada tanggal 24 September 2021 dengan nilai

PANITIA Ujian Karya Ilmiah



Muhammad Ramaditya, BBA., MSc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)



Megayani, SE., MM
(Pembimbing)



Dr. Dian Surya Sampurna, SE., MM
(Penguji I)



Muhammad Ramaditya, BBA, MSc
(Penguji II)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya ilmiah yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada program studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan kali ini disampaikan ungkapan terimakasih yang setulusnya kepada:

1. Ibu Megayani, SE., MM. Selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Dian Surya Sampurna, SE., MM dan Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., MSc selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan juga kritik selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc selaku Kepala Program S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.
5. Segenap dosen Program Studi S-1 Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.
6. Staff di PT. AUTO 2000 JAKARTA SELATAN yang telah memberikan izin riset penelitian ini.
7. Keluarga tercinta peneliti yaitu Almarhum Ayah Ali Arifin, Mama Imas Masripah, dan keluarga besar yang selalu memberikan semangat, doa, motivasi serta dukungan kepada peneliti dalam menyusun skripsi ini.

8. Kepada diri sendiri, terimakasih sudah bertahan dan berjuang sampai sejauh ini. Suatu hari nanti akan melihat kembali semua perjuangan yang telah diperbuat, dan sangat senang karena tidak menyerah.
9. Teman-teman seperjuangan dari awal kuliah yaitu Adellia Arisanti, Dewi Permata Sari, Wulansari, Bayu Laksono Aji, Mariska Fadilah, Fay Giovani yang telah sama-sama berjuang untuk mencapai impian dan kesuksesan.
10. Teman-teman dari kelas F Reguler Pagi Manajemen 2016 yang telah mengisi hari-hari dan kenangan selama studi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.
11. Teman-teman seperbimbingan yaitu Irza, Irma, Rima yang telah memberikan masukan dan memberikan semangat satu sama lain dalam menyelesaikan skripsi.
12. Semua pihak-pihak yang telah membantu peneliti selama proses penyelesaian skripsi yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Jakarta, 24 September 2021



SITI AMELIA ALFIANA

NPM 21160000429

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Amelia Alfiana
NPM : 21160000429
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demikian demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas Karya Ilmiah saya yang berjudul

PENGARUH BAURAN PEMASARAN PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL KIJANG INNOVA TYPE G DI. PT AUTO 2000 JAKARTA SELATAN

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 24 September 2021

Yang menyatakan,



Siti Amelia Alfiana

Nama : Siti Amelia Alfiana NPM : 21160000429 Program Studi S-1 Manajemen	Dosen Pembimbing : Megayani, SE., MM.
PENGARUH BAURAN PEMASARAN PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL KIJANG INNOVA TYPE G DI PT. AUTO 2000 JAKARTA SELATAN	
ABSTRAK	
<p> Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi pada keputusan pembelian mobil Kijang Innova Type G di PT.AUTO 2000 Jakarta Selatan. </p> <p> Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah srategi asosiatif dengan metode kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna mobil Kijang Innova Type G sebanyak 121 orang di Jakarta Selatan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah <i>Purposive Sampling</i> dengan jumlah sampel sebanyak 93 responden dengan menggunakan rumus <i>slovin</i>. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesoner yang telah di uji validitas dan reliabilitas. Penelitian ini menggunakan metode analisis koefisien determinasi. </p> <p> Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, persepsi harga, dan promosi berpengaruh baik secara parsial maupun simulatan terhadap keputusan pembelian mobil Kijang Innova Type G di Jakarta Selatan. </p>	
<p> <i>Kata kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian</i> </p>	

Name : Siti Amelia Alfiana NPM : 21160000429 Program Studi S-1 Manajemen	Dosen Pembimbing: Megayani, SE., MM.
<i>THE EFFECT OF MARKETING MIX ON PURCHASE DECISION OF KIJANG INNOVA TYPE G AT PT. AUTO 2000 JAKARTA SELATAN</i>	
<i>ABSTRACT</i> <p data-bbox="315 642 1365 743"><i>The aims of this study was to determine the effect of product quality, price, and promotion on the decision to purchase a Kijang Innova Type G car at PT. AUTO 2000, South Jakarta.</i></p> <p data-bbox="315 789 1373 999"><i>This study used associative strategy with a questionnaire method. The population were 121 users of Kijang Innova Type G in South Jakarta. The sampling technique used purposive sampling with total sample were 93 respondents using the slovin formula. Data collection techniques used questionnaire that had been tested for validity and reliability. This study used the coefficient of determination analysis method.</i></p> <p data-bbox="315 1045 1365 1146"><i>The results of this study showed that product quality, price perception, and promotion had partial and simultaneous influence on the purchase decision of the Kijang Innova Type G car in South Jakarta.</i></p>	
<i>Keywords: Product Quality, Price, Promotion, Purchase Decisions</i>	

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Review Hasil Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Pengertian Pemasaran	12
2.2.2 Manajemen Pemasaran	12
2.2.3 Bauran Pemasaran	13
2.2.4 Kualitas Produk	15
2.2.5 Persepsi Harga	17
2.2.6 Promosi	20
2.2.7 Keputusan Pembelian	23
2.3 Keterkaitan Antar Variabel	26

2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.3.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.3.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.3.4 Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.4 Pengembangan Hipotesis	29
2.5 Perbedaan Bank Konvensional dan Bank Syariah.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Strategi Penelitian	32
3.2 Populasi dan Sampel	32
3.2.1 Populasi	32
3.2.2 Sampel	33
3.3 Data dan Metoda Pengumpulan Data	34
3.3.1 Jenis Data.....	34
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	35
3.4 Operasionalisasi Variabel	38
3.5 Metoda Analisis Data.....	38
3.5.1 Metoda Pengolahan Data.....	38
3.5.2 Metoda Penyajian Data.....	39
3.5.3 Analisis Statistik Data	39
3.5.4 Uji Validitas dan Realibilitas.....	40
BAB IV ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN.....	44
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	44
4.2 Deskripsi Responden	44
4.3 Deskripsi Data.....	48
4.3.1 Deskripsi Variabel Kualitas Produk	48
4.3.2 Deskripsi Variabel Harga	48
4.3.3 Deskripsi Variabel Promosi.....	49
4.3.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	50
4.4 Hasil Validitas.....	51
4.5 Hasil Realibilitas.....	53

4.6 Hasil Analisa Data	55
4.6.1 Analisis Koefisien Determinasi Parsial	55
4.6.2 Analisis Koefisien Determinasi Berganda.....	57
4.7 Analisis Pengujian Hipotesis	58
4.7.1 Pengujian Secara Parsial.....	58
4.7.2 Pengujian Secara Simultan	60
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	61
BAB V SIMPULAN	64
5.1 Simpulan	64
5.2 Saran	65
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	67
DAFTAR REFERENSI.....	67
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1.2	Perbandingan Harga Jual Mobil Toyota Kijang type G	3
Tabel 3.1	Report Pembelian Mobil Kijang Innova Type G.....	33
Tabel 3.2	Bobot Pengukuran Skala Likert.....	36
Tabel 3.3	Variabel dan Indikator Penelitian	37
Tabel 4.1	Hasil Validitas Kualitas Produk.....	51
Tabel 4.2	Hasil Validitas Persepsi Harga	51
Tabel 4.3	Hasil Validitas Promosi	52
Tabel 4.4	Hasil Validitas Keputusan Pembelian.....	52
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk.....	53
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Harga.....	54
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Promosi	54
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	55
Tabel 4.9	Hasil Uji Koefisien Determinasi X1	55
Tabel 4.10	Hasil Uji Koefisien Determinasi X2.....	56
Tabel 4.11	Hasil Uji Koefisien Determinasi X3	57
Tabel 4.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda	58
Tabel 4.13	Hasil Uji Parsial t.....	58
Tabel 4.14	Hasil Uji Parsial f.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Kerangka Konseptual Penelitian	30
Gambar 4.1.	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	45
Gambar 4.2.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Gambar 4.3.	Deskripsi Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	46
Gambar 4.4.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pembelian Mobil	47
Gambar 4.5.	Deskripsi Responden Berdasarkan Penggunaan Mobil	47
Gambar 4.6.	Diagram Skala Likert Variabel Kualitas Produk (X1)	48
Gambar 4.7.	Diagram Skala Likert Variabel Persepsi Harga (X2)	49
Gambar 4.8.	Diagram Skala Likert Variabel Promosi (X3)	49
Gambar 4.9.	Diagram Skala Likert Variabel Keputusan Pembelian (Y)	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	70
Lampiran 2. Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk	74
Lampiran 3. Uji Reliabilitas Variabel Harga	74
Lampiran 4. Uji Reliabilitas Variabel Promosi.....	74
Lampiran 5. Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian	74
Lampiran 6. Uji Koefisien Determinasi Parsial	74
Lampiran 7. Uji Koefisien Determinasi Simultan.....	75
Lampiran 8. Uji Hipotesis Parsial	75
Lampiran 9. Uji Hipotesis Simultan.....	76
Lampiran 10. Skor Variabel Kualitas Produk.....	77
Lampiran 11. Skor Variabel Harga	79
Lampiran 12. Skor Variabel Promosi.....	82
Lampiran 13. Skor Variabel Keputusan Pembelian	84
Lampiran 14. Tabel t	87
Lampiran 15. Tabel t	88
Lampiran 16. Surat Izin Riset	89
Lampiran 17. Daftar Riwayat Hidup.....	90