

ABSTRACT

Risqiyatul Maqfiroh. 2014. The Influence of Marketing Mix on Purchasing Decision of Yamaha Mio Soul Marketing Mix (Study on consumers of PT. Trisakti Bangkalan). Advisor I; Fathor AS, SE. MM., II: Nirma Kurriwati, SP., M. Si.

The purpose of this study is to determine whether the marketing mix consisting of products, price, promotion and distribution simultaneously and partially influence the consumers' purchasing decision and to determine which variable that has dominant influence in purchasing decision of Yamaha Mio Soul in PT. Trisakti Bangkalan.

The object of study is consumers of Yamaha Mio Soul in PT. Trisakti Bangkalan within the number of samples are 88 respondents. Data analysis technique used for hypothesis testing is multiple linear regressions by applying t and F test. Based on multiple linear regression model, the results is systematically shown below:

$$Y = 2,934 + 0,237X_1 + 0,188X_2 + 0,160X_3 + 0,137X_4$$

Result of study analysis states that simultaneously applying F test, marketing mix that consist of products, price, promotion and distribution all together significantly influence the purchasing decision of Yamaha Mio Soul in PT. Trisakti Bangkalan. The result also proves that the t test, partially part of marketing mix variable consisting of products, price, promotion and distribution, significantly influences the purchasing decision of Yamaha Mio Soul in PT. Trisakti Bangkalan in which the product becomes the dominant influence variable. Therefore, it can be concluded that in order to increase the consumers' purchasing decisions of Yamaha Mio Soul in PT. Trisakti Bangkalan, the step to do is increasing the marketing mix through distribution, promotion, price and product variable.

Keywords: Marketing Mix and Purchasing Decisions.

ABSTRAK

Risqiyatul Maqfiroh. 2014. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio Soul (Studi Pada Konsumen PT. Trisakti Bangkalan). Dibawah bimbingan Fathor AS, SE. MM., dan Nirma Kurriwati, SP., M. Si.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah Bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi, dan distribusi berpengaruh baik secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian konsumen dan untuk mengetahui variabel manakah yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio Soul di Dealer PT. Trisakti Bangkalan.

Objek penelitian ini adalah konsumen yang membeli Sepeda Motor Yamaha Mio Soul di PT. Trisakti Bangkalan dengan sampel sebanyak 88 responden. Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis ini adalah menggunakan regresi Linier Berganda dengan memakai uji F dan uji t. Berdasar hasil penelitian model regresi Linier Berganda secara sistematis sebagai berikut :

$$Y = 2,934 + 0,237X_1 + 0,188X_2 + 0,160X_3 + 0,137X_4$$

Hasil analisis penelitian ini menyatakan seraca simultan dengan menggunakan uji F Bauran Pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi, dan distribusi secara bersama mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio Soul di PT. Trisakti Bangkalan. Dan hasil penelitian juga membuktikan bahwa dengan uji t secara parsial dari variabel Bauran Pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi, dan distribusi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio Soul di PT. Trisakti Bangkalan dengan variabel produk yang memiliki pengaruh paling dominan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen Sepeda Motor Yamaha Mio Soul dapat dilakukan dengan meningkatkan Bauran Pemasaran melalui variabel produk, harga, promosi, dan distribusi.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran dan Keputusan Pembelian.