

ABSTRAK

ABDUL AZIS APRIANSYAH. *Hubungan Antara Bauran Pemasaran dengan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Kawasaki pada Warga RW. 001 Kelurahan Menteng, Jakarta.* Skripsi, Jakarta: Program Studi Pendidikan Tata Niaga. Jurusan Ekonomi dan Administrasi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta. Juli 2013.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi dan pengetahuan berdasarkan data atau fakta yang sah dan valid, benar dan dapat dipercaya tentang seberapa besar hubungan antara bauran pemasaran dengan keputusan pembelian konsumen sepeda motor Kawasaki pada warga RW. 001 Kelurahan Menteng, Jakarta. Penelitian ini dilakukan selama 5 bulan terhitung sejak bulan Februari sampai Juni 2013. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh warga RW. 001 dan populasi terjangkau penelitian ini adalah warga yang memiliki sepeda motor merek Kawasaki yang berjumlah 40 orang. Sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 36 orang. Dengan taraf perhitungan *sampling error* 5%. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah secara acak sederhana. Untuk menjaring data variabel X (Bauran Pemasaran) dan variabel Y (Keputusan Pembelian), digunakan instrument berbentuk skala likert. Sebelum digunakan instrument untuk variabel X dan variabel Y digunakan uji validitas konstruk melalui proses validasi yaitu perhitungan koefisien skor butir dengan skor total dan uji reliabilitas dengan rumus Alpha Cronbach. Hasil reliabilitas variabel X (bauran pemasaran) sebesar 0,881 dan variabel Y (Keputusan Pembelian) sebesar 0,829. Hasil ini menunjukkan kedua variabel tersebut reliabel.

Uji persyaratan analisis yang dilakukan mencari persamaan regresi yang didapat adalah $\hat{Y} = 14,91 + 0,613X$. Selanjutnya adalah uji normalitas galat taksiran regresi Y atas X dengan uji *Liliefors* dan diperoleh $L_{hitung} = 0,096$ dibandingkan dengan L_{tabel} pada taraf signifikansi 0,05 sebesar $0,148$. Maka $L_o < L_t$. hal ini berarti galat taksiran Y atas X berdistribusi normal. Sedangkan uji kelinieran regresi didapat $F_{hitung} (0,80) < F_{tabel} (2,29)$. Ini menunjukkan bahwa model regresi yang dipakai linier. Uji keberartian regresi diperoleh $F_{hitung} (18,81) > F_{tabel} (4,13)$, ini membuktikan bahwa regresi berarti. Sedangkan uji koefisien korelasi *product moment* dari Pearson diperoleh $r_{xy} = 0,597$, maka ini berarti terdapat hubungan positif antara bauran pemasaran dengan keputusan pembelian sepeda motor Kawasaki. Kemudian dilanjutkan dengan uji signifikansi koefisien dengan menggunakan uji t. Hasil yang diperoleh adalah $t_{hitung} = (4,337)$, sedangkan $t_{tabel} =$ pada $dk = n - 2 = 36 - 2 = 34$ dan taraf signifikansi 0,05 adalah $(1,70)$, berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$. Perhitungan koefisien determinasi diperoleh $r_{xy}^2 = 0,597^2 = 0,356409$. Ini menunjukkan bahwa 35,6% variasi bauran pemasaran dengan keputusan pembelian. Kesimpulan penelitian ini adalah terdapat hubungan yang positif antara bauran pemasaran dengan keputusan pembelian sepeda motor Kawasaki pada warga RW. 001 Kelurahan Menteng, Jakarta Pusat.

ABSTRACT

ABDUL AZIS APRIANSYAH. *Correlation Between the Marketing Mix with Decisions Purchasing Motorcycle Kawasaki at Citizens RW. 001 Village Menteng, Central Jakarta*. Thesis, Jakarta : Commerce Education Program. Department of Economics and Administration. Faculty of Economics. State University of Jakarta. July 2013.

This study aimed to obtain information and knowledge based on data or facts are valid and valid, true and trustworthy about how much the relationship between marketing mix with purchasing decisions Kawasaki motorcycle in RW. 001 Village Menteng, Jakarta. The research was carried out for 5 months from February to June 2013. The research method used was a survey method with a correlation approach. The population in this study were all residents of RW. 001 and affordable population of this study is inhabitant who have own the Kawasaki brand motorcycles totaled 40 people. While the sample is used as many as 36 people. With standard calculations of sampling error of 5%. The sampling technique used in this study is simple random. To gather data variable X (Marketing Mix) and variable Y (Purchasing Decisions), instrument used shaped a Likert scale. Before the instrument is used for variables X and Y are used test the construct validity through the validation process is the calculation of the coefficient score points with the total score and reliability tests with Alpha Cronbach formula. Results of reliability variable X (marketing mix) of 0.881 and a variable Y (Purchasing Decisions) of 0.829. These results indicate the two variables is reliable.

Test requirements analysis which transactions are carried out for the obtained regression equation is $Y = 14.91 + 0.613 X$. Next is the estimated regression error normality test Y on X with Liliefors test and obtained $L_{hitung} = 0.096$ compared with L_{tabel} at significance level of 0.05 at $= 0.148$. Then $L_o < L_t$. this means that the error estimates Y over X is normally distributed. While the linearity regression testing obtained Calculate F (0,80) $< F_{table} (2,29)$. This shows that the linear regression model used. Test the significance of regression Compute F (18.81) $> F_{table} (4.13)$, this proves that the mean regression. While testing the correlation coefficient of Pearson product moment obtained $r_{xy} = 0.597$, then this means that there is a positive relationship between purchase decision and marketing mix Kawasaki motorcycles. Then proceed with the coefficient significance test using the t test. The result is $t = (4.337)$, while the table = the $df = n-2 = 36-2 = 34$ and the significance level was 0.05 (1.70), mean $t > t_{table}$. Calculating the coefficient of determination obtained $r_{xy}^2 = 0.5972 = 0.356409$. It shows that 35.6% variation marketing mix with purchasing decisions. The conclusion of this study is that there is a positive relationship between marketing mix decisions with the purchase of Kawasaki motorcycles in the RW. 001 Village Menteng, Central Jakarta.