

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, laporan tugas akhir dengan judul “ANALISIS PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN MEMBELI MOTOR *MATIC* PADA ASTRA HONDA MOTOR DI TANGERANG” dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

Laporan tugas akhir ini disusun berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dari Agustus 2017 hingga Desember 2017. Tugas akhir merupakan persyaratan terakhir bagi mahasiswa yang wajib ditempuh sesuai dengan kurikulum Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Pelita Harapan. Skripsi ini juga bermanfaat bagi penulis untuk menerapkan pengetahuan yang telah didapat dan memperoleh pengalaman baru yang tidak dapat diperoleh dari perkuliahan

Dalam penyusunan laporan tugas akhir ini, penulis mendapat dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- 1) Bapak Eric Jobiliong, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi
- 2) Ibu Sunie Rahardja, M.S.C.E. Selaku Wakil Dekan Fakultas Sains dan Teknologi
- 3) Bapak Laurence, M.T. selaku Direktur Fakultas Sains dan Teknologi
- 4) Bapak Laurence, M.T. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri yang telah membantu perkuliahan saya
- 5) Rudy Vernando Silalahi, M.T. selaku pembimbing tugas akhir yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan, dan mendukung penulis dalam pembuatan laporan hingga selesai
- 6) Priskila Christine R., M.T. selaku co-pembimbing dan ketua koordinasi tugas akhir yang telah memberikan saran-saran kepada penulis dalam pembuatan laporan ini
- 7) Orang tua dan keluarga yang selalu mendukung dan membantu doa hingga selesainya laporan ini

- 8) Melisa, Stefani, Sherly Febriani, Clara Alverina, Rachmi Indah, Kevin Ong, Jeffrey Ardian, Steven Wijaya dan Yuliana yang telah mendukung dan terus memberikan semangat untuk penyelesaian laporan ini
- 9) Teman-teman Teknik Industri yang telah membantu dan mendukung dalam penelitian ini hingga selesai
- 10) Semua pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis hingga penyelesaian laporan tugas akhir ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa laporan tugas akhir ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka akan kritik dan saran dari pembaca yang dapat membantu membuat laporan tugas akhir ini menjadi lebih baik lagi. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya.

Tangerang, 8 Februari 2018

Claudia Hartanti Tjandra

DAFTAR ISI

halaman

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pokok Permasalahan	3
1.3 Pembatasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Sistematika Penulisan	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Strategi Pemasaran	7
2.2 Bauran Pemasaran	8
2.2.1 Produk	8
2.2.2 Harga	10
2.2.3 Lokasi	11
2.2.4 Promosi	12
2.3 Keputusan Konsumen	13
2.4 Keputusan Pembelian	14
2.5 Perilaku Setelah Pembelian	15
2.6 Kerangka Penelitian	15
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Studi Pendahuluan	16
3.2 Pokok Permasalahan	16
3.3 Tujuan Penelitian	17
3.4 Kajian Pustaka	17

3.5	Pengumpulan Data	18
3.5.1	Kuesioner	19
3.6	Pengolahan Data.....	28
3.7	Analisis dan Pembahasan	28
3.8	Kesimpulan dan Saran.....	29
3.9	Skema	29
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA		
4.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	31
4.2	Visi dan Misi Perusahaan	31
4.3	Lingkup Bidang Usaha.....	32
4.4	Kuesioner Penelitian Konsumen Honda Motor	32
4.4.1	Kuesioner Bagian Pertama.....	33
4.4.2	Kuesioner Bagian Dua	40
4.4.3	Uji Asumsi Klasik.....	53
4.4.4	Uji T (Parsial)	59
4.4.5	Uji F (Simultan).....	62
4.4.6	Koefisien Determinansi	64
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN		
5.1	Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor <i>Matic</i> Honda	66
5.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor <i>Matic</i> Honda	67
5.3	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Motor <i>Matic</i> Honda	69
5.4	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor <i>Matic</i> Honda	70
5.5	Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Motor <i>Matic</i> Honda.....	73
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		
6.1	Kesimpulan	75
6.2	Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA

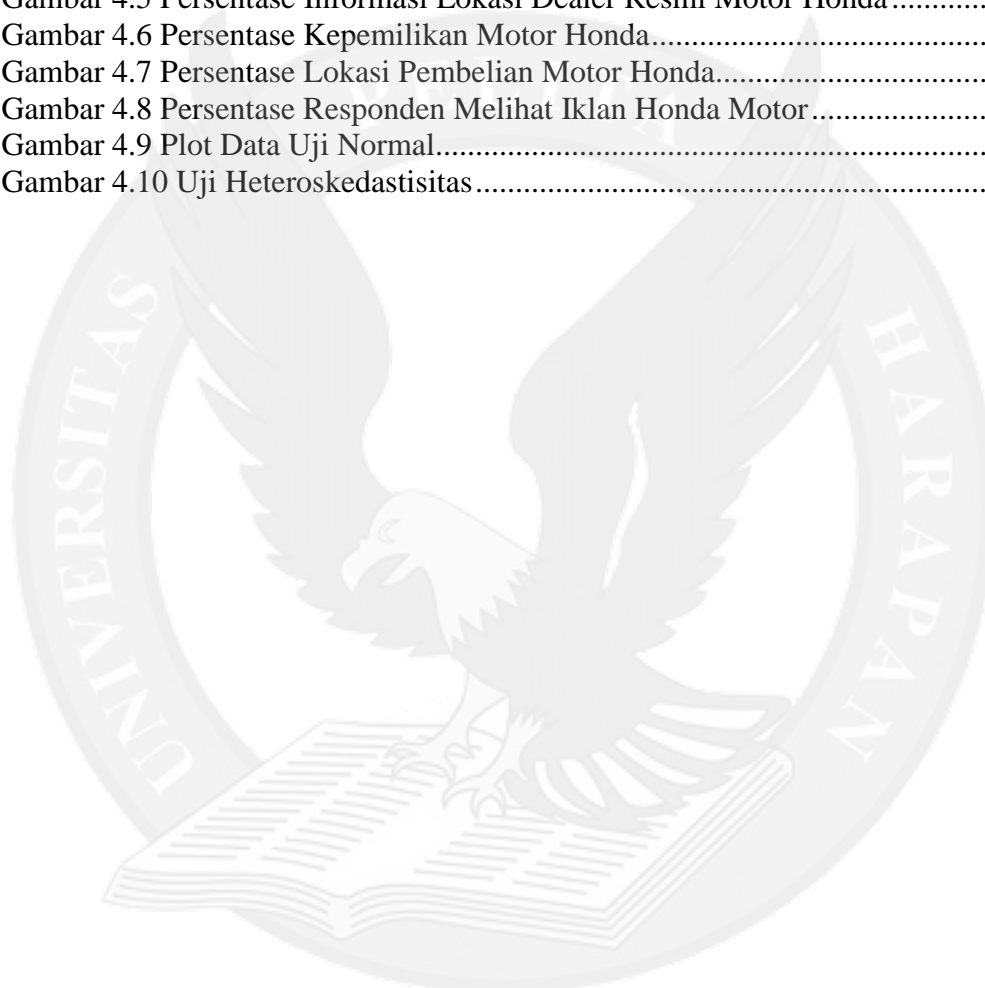
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 3.1 Variabel dan Indikator Produk.....	22
Tabel 3.2 Variabel dan Indikator Harga.....	23
Tabel 3.3 Variabel dan Indikator Tempat.....	25
Tabel 3.4 Variabel dan Atribut Promosi.....	26
Tabel 3.5 Variabel dan Indikator Keputusan Pembelian.....	27
Tabel 4.1 Deskriptif Produk.....	42
Tabel 4.2 Deskriptif Harga.....	43
Tabel 4.3 Deskriptif Lokasi.....	44
Tabel 4.4 Deskripsi Promosi.....	45
Tabel 4.5 Deskripsi Keputusan Pembelian.....	46
Tabel 4.6 Uji Validitas Kategori Produk (<i>Product</i>).....	47
Tabel 4.7 Uji Validitas Kategori harga (<i>Price</i>).....	48
Tabel 4.8 Uji Validitas Kategori Lokasi (<i>Place</i>).....	49
Tabel 4.9 Uji Validitas Kategori Promosi (<i>Promotion</i>).....	50
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	50
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Kategori Produk (<i>Product</i>).....	51
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas Kategori Harga (<i>Price</i>).....	52
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas Kategori Lokasi (<i>Place</i>).....	52
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas Kategori Promosi (<i>Promotion</i>).....	53
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	53
Tabel 4.16 Uji Normalitas Metode Kolmogorov-Smirnov.....	55
Tabel 4.17 Uji Multikolonieritas.....	56
Tabel 4.18 Uji heteroskedastisitas.....	58
Tabel 4.19 Uji T.....	60
Tabel 4.20 Uji F (<i>Annova</i>).....	64
Tabel 4.21 Koefisien Determinasi.....	65

DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 3.1 Skema Metode Penelitian.....	30
Gambar 4.1 Persentase Jenis Kelamin Responden	33
Gambar 4.2 Persentase Usia Responden.....	34
Gambar 4.3 Persentase Jenis Pekerjaan Responden	35
Gambar 4.4 Persentase Besar Pendapatan	36
Gambar 4.5 Persentase Informasi Lokasi Dealer Resmi Motor Honda.....	37
Gambar 4.6 Persentase Kepemilikan Motor Honda.....	38
Gambar 4.7 Persentase Lokasi Pembelian Motor Honda.....	39
Gambar 4.8 Persentase Responden Melihat Iklan Honda Motor.....	40
Gambar 4.9 Plot Data Uji Normal.....	55
Gambar 4.10 Uji Heteroskedastisitas.....	58



DAFTAR RUMUS

	halaman
Rumus 3.1 Perhitungan Sampel	20
Rumus 4.1 Persamaan Uji T	59
Rumus 4.2 Persamaan Uji F	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A.
Kuesioner Penelitian

Lampiran B.
Rekap Hasil Kuesioner

