

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR SUZUKI SKYDRIVE PADA
PT. RIAU JAYA CEMERLANG CABANG NANGKA
PEKANBARU**

SKRIPSI

OLEH :

ARIFAN WAHYUDI
NIM : 10971007117



**PROGRAM S.1
JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2013**

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR SUZUKI SKYDRIVE PADA
PT. RIAU JAYA CEMERLANG CABANG NANGKA
PEKANBARU**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mengikuti Ujian Oral
Comprehensive Strata 1 Pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

OLEH :

ARIFAN WAHYUDI
NIM : 10971007117



**PROGRAM S.1
JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2013**

LEMBARAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : ARIFAN WAHYUDI
NIM : 10971007117
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
JURUSAN : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL : PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
SUZUKI SKYDRIVE PADA PT. RIAU JAYA
CEMERLANG CABANG NANGKA
PEKANBARU

**DISETUJUI OLEH
PEMBIMBING**

RIKI HANRI MALAU SE.MM
NIP. 19710124200701 1 020

MENGETAHUI

DEKAN

KETUA JURUSAN

Dr. MAHENDRA ROMUS, S.P, M.Ec
NIP. 19711119 200501 1 004

MULYA SOSIADI, S.E, M.M, Ak
NIP. 19761217 200901 1 014

LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : ARIFAN WAHYUDI
NIM : 10971007117
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
JURUSAN : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL : PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
SUZUKI SKYDRIVE PADA PT. RIAU JAYA
CEMERLANG CABANG NANGKA
PEKANBARU

PANITIA PENGUJI

KETUA

SEKRETARIS

Dr MAHENDRA ROMUS S, P, M.Ec
NIP. 19711119 200501 1 004

M.APRIL SH.M HUM
NIK.130712070

MENGETAHUI

PENGUJI I

PENGUJI II

FAKHRUROZI SE.MM
NIP.19760725200003 1 002

FERIZAL RACHMAD SE.MM
NIK.1307070010

LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : ARIFAN WAHYUDI
NIM : 10971007117
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
JURUSAN : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL : PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
SUZUKI SKYDRIVE PADA PT. RIAU JAYA
CEMERLANG CABANG NANGKA
PEKANBARU

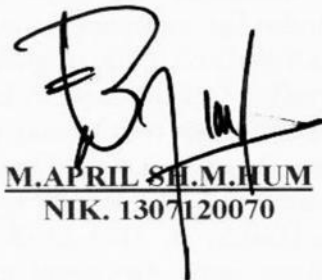
PANITIA PENGUJI

KETUA



Dr. MAHENDRA ROMUS S.P. M.Ec
NIP. 19711119 200501 1 004

SEKRETARIS



M. APRIL S.H. M. HUM
NIK. 1307120070

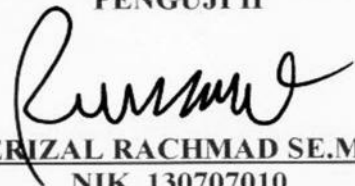
MENGETAHUI

PENGUJI I



FAKHRUROZI SE.MM
NIP. 19760725200003 1 002

PENGUJI II



FERIZAL RACHMAD SE.MM
NIK. 130707010

ABSTRAK

PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR SUZUKI SKYDRIVE PADA PT. RIAU JAYA CEMERLANG CABANG NANGKA PEKANBARU

Oleh: Arifan Wahyudi

Advertising, personal selling, sales promotion dan public relations dari bauran promosi adalah faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian karena untuk meningkatkan keputusan pembelian diperlukan adanya pengetahuan dan pemahaman terhadap pelanggan, dalam hal ini harus memahami variabel-variabel apa saja yang menjadi dorongan bagi keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran promosi yakni advertising, personal selling, sales promotion dan public relations terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Skydrive pada PT. Riau Jaya Cemerlang Cabang Nangka Pekanbaru. Jumlah populasi seluruh konsumen yang membeli Sepeda motor Suzuki Skydrive di Pekanbaru sebanyak 2.223 responden pada tahun 2012 dan sample yang terpilih sebanyak 96 responden yang menggunakan motor Suzuki Skydrive dengan menggunakan teknik accidental sample. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik kuesioner, dan studi kepustakaan. Data yang diperoleh dianalisa secara kuantitatif dengan menggunakan alat analisis berupa uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier berganda dan pengujian hipotesis dengan uji f dan uji t dengan bantuan program Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Dari hasil analisis statistik diketahui terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara advertising (X_1), personal selling (X_2), sales promotion (X_3) dan public relation (X_4) terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Skydrive dimana t hitung masing-masing variable sebesar $X_1(2,739)$, $X_2(2,393)$, $X_3(2,061)$ dan $X_4(2,000)$ lebih besar dari t tabel (1,98). Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan antara advertising, personal selling, sales promotion dan public relations terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Skydrive dimana F hitung (37,044) > F tabel (2,4718). Sumbangan koefisien determinasi pengaruh advertising, personal selling, sales promotion dan public relations terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Skydrive adalah sebesar 60,3%. Sedangkan sisanya 39,7% dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar model.

Kata kunci: advertising, personal selling, sales promotion, public relations, dan keputusan pembelian

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbil'alam, puji dan syukur penulis panjatkan Kehadirat Allah SWT, yang melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya, Shalawat serta Salam semoga senantiasa selalu dilimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Visibility, Creadibility, Attraction, Dan Power Artis Sule Sebagai Brand Ambassador Iklan Kartu Prabayar AS Terhadap Brand Image Kartu Prabayar AS (Studi Kasus Pada Mahasiswa-Mahasiswi FEKONSOS Jurusan Manajemen S-1 Semester Tujuh UIN SUSKA, Riau).”**

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini, masih ditemui kekurangan-kekurangan baik dari segi isi maupun penyajiannya, sehingga skripsi ini belum mencapai kesempurnaan sebagaimana yang diharapkan. Untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan, menerima kritikan dan sumbang saran dari pembaca yang berguna bagi kesempurnaan skripsi ini.

Dalam penyelesaian skripsi ini tak terlepas dari bimbingan, dorongan dan bantuan baik dari segi material maupun dari segi moril kepada penulis. Oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Teristimewa buat Ibundaku Dedeh warsito dan Ayahandaku arsyad damanik yang telah membesarkan dan memberikan cinta dan kasih sayang kepada penulis serta selalu mendo'akan penulis dari menjalankan perkuliahan hingga terselesai skripsi ini, dengan kasih sayang yang tulus ikhlas serta memberikan bantuan material, spiritual, dan moral yang tak akan dapat penulis balas, selain selalu berdoa kepada Allah SWT agar Ibunda dan Ayahanda senantiasa diberi kesehatan dan umur panjang serta selalu dalam lindungan Allah SWT.
2. Buat nantulang dan naboru,pacik dan adek-adekku tersayang Alvin hakim,sinta luvita yang selalu memberikan doa, semangat serta selalu memberikan bantuan materil yang tak terhingga bagiku hingga sampai

terselesainya skripsi ini, semoga yang kuasa selalu memberikan kesehatan, umur yang panjang serta selalu dimurahkan rezekinya.

3. Bapak Dr. Mahendra Romus, S.P,M.Ec, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN SUSKA Riau.
4. Bapak Drs. Almasri, M.Si selaku Pembantu Dekan I, Bapak Drs. Alpizar M.Si selaku Pembantu Dekan II, dan Bapak Drs. Zamharil Yahya, M.M selaku Pembantu Dekan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN SUSKA Riau.
5. Bapak Mulya Sosiadi, S.E, M.M, Ak selaku Ketua Jurusan Manajemen.
6. Bapak Riki Hari Malau SE.MM selaku Pembimbing yang telah banyak membantu dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Ibu Tasriani M.ag selaku Penasehat Akademis yang telah memberikan bantuan dukungan dan masukan selama perkuliahan.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri SUSKA Riau yang telah berjasa mendidik penulis dengan membekali ilmu pengetahuan.
9. Seluruh Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri SUSKA Riau.
10. Teman-teman seperjuangan Manajemen Pemasaran B '11, dan Manajemen D '09, yang tidak dapat disebutkan satu persatu semoga kalian semua sukses dalam meraih cita-cita.
11. Tak lupa untuk teman-teman kos dan master T8 Uky iraWan SH.hery iswanto SH dan hasan saragih SH yang selalu memberikan dorongan kepada penulis serta tempat berbagi cerita dalam keseharian, semoga happy selalu dan sukses to all.

Semoga semua bantuan, dukungan dan doa yang telah diberikan menjadi amal baik yang akan mendapat balasan dari Allah SWT, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua pihak yang membutuhkan.

Pekanbaru, Januari 2014

ARIFAN WAHYUDI

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pemasaran	9
2.2 Pengertian Promosi	10
2.3 Tujuan Promosi	13
2.4 Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>).....	15
2.5 Strategi Bauran Promosi	20
2.6 Keputusan Pembelian.....	21
2.7 Hubungan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.8 Penelitian Terdahulu.....	28
2.9 Jual Beli Dalam Pandangan Islam	29
2.10 Hukum Jual Beli.....	31
2.11 Hipotesis	32
2.12 Variabel Penelitian	32
2.13 Kerangka Pemikiran.....	33
2.14 Konsep Defenisi Operational Variabel	35

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Tempat dan Waktu Penelitian	37
3.2	Jenis dan Sumber Data	37
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.4	Populasi dan Sampel	39
3.5	Teknis Analisis Data	40
3.6	Uji Kualitas Data.....	41
3.6.1	Uji Validitas	41
3.6.2	Uji Reliabilitas	42
3.6.3	Uji Normalitas.....	43
3.7	Uji Asumsi Klasik.....	43
3.7.1	Uji Multikolinearitas	43
3.7.2	Uji Autokorelasi.....	44
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas	44
3.8	Analisis Statistik	45
3.9	Uji F	46
3.10	Uji T	47
3.11	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	47

BAB IV GAMBARAN UMUM TEMPAT PT. RIAU JAYA CEMERLANG CABANG NANGKA PEKANBARU

4.1	Sejarah Singkat Perusahaan	48
4.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	48
4.3	Struktur Organisasi	49
4.4	Aktifitas Perusahaan.....	54

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1	Hasil Penelitian	55
5.2	Karakteristik Responden	55
5.3	Analisis Deskriptif	57
5.4	Analisis Data	57
5.4.1	<i>Advertising</i>	57

5.4.2	<i>Personal Selling</i>	62
5.4.3	<i>Sales Promotion</i>	67
5.4.4	<i>Public Relation</i>	72
5.4.5	Keputusan Pembelian.....	77
5.5	Uji Instrumen	81
5.5.1	Uji Validitas	81
5.5.1.1	<i>Advertising</i>	81
5.5.1.2	<i>Personal Selling</i>	82
5.5.1.3	<i>Sales Promotion</i>	83
5.5.1.4	<i>Public Relation</i>	83
5.5.1.5	Keputusan Pembelian.....	84
5.6	Uji Reliabilitas	85
5.7	Uji Normalitas	86
5.8	Uji Asumsi Klasik	87
5.8.1	Uji Multikolinearitas	87
5.8.2	Uji Autokorelasi	88
5.8.3	Uji Heteroskedastisitas.....	88
5.9	Analisis Regresi Berganda	90
5.10	Uji F (Uji Simultan)	92
5.11	Uji t (Uji Parsial).....	93
5.12	Koefisien Determinasi (Adjust R ²)	95
5.13	Pembahasan.....	96

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan	99
6.2	Saran.....	100

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BIOGRAFI