



**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ANDALAS**

**SKRIPSI**

**ANALISA BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI  
SEPEDA MOTOR MEREK HONDA  
DI KOTA PADANG**

Oleh :


**HENDRA KURNIAWAN**  
**03 156 027**



**Mahasiswa Program Strata Satu ( S - 1) Jurusan Manajemen**

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*

**PADANG  
2010**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                        |                         |                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-------------------------|---------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                      | No Alumni Universitas: | <b>HENDRA KURNIAWAN</b> | No Alumni Fakultas: |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <b>BIODATA</b>         |                         |                     |
| a). Tempat/Tgl Lahir : Bukittinggi, 1 April 1985, b). Nama Orang Tua : Edwar dan Wisserni, c). Fakultas : Ekonomi Program S-1 Reguler Mandiri, d). Jurusan : Manajemen, e). No.BP : 03156027 f). Tanggal Lulus : 10 Februari 2010, g). Prediket lulus : Memuaskan, h). Lama Studi : 6 tahun 6 bulan, i). Alamat Orang Tua : Jln. Simpang Taluak No. 246, Bukittinggi. |                        |                         |                     |

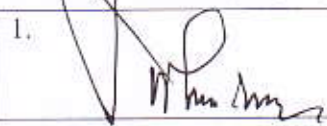
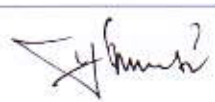
**ANALISA BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI SEPEDA MOTOR  
MEREK HONDA DI KOTA PADANG**

Skripsi S1 Oleh **Hendra Kurniawan**, Pembimbing : **Drs. H. Suhardi Indra**

**Abstrak**

Dalam skripsi ini membahas tentang analisa bauran pemasaran terhadap minat beli sepeda motor merek Honda yang dilaksanakan pada bulan April 2009 sampai Januari 2010 dengan ruang lingkup Kota Padang. Dimana tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui variabel – variabel bauran pemasaran (produk / product, harga / price, distribusi / place dan promosi / promotion) yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap sepeda motor merek Honda. Penelitian ini menggunakan metode analisa kualitatif dan kuantitatif, dimana data yang didapat dibandingkan antara kondisi yang nyata dengan kondisi yang ideal dengan menggunakan literatur – literatur yang ada. Untuk metode kuantitatif, data yang didapat berupa angka yang diolah ke dalam formula statistik. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel bauran pemasaran (produk / product, harga / price, distribusi / place dan promosi / promotion) terhadap minat beli sepeda motor merk Honda. Dimana variabel bauran pemasaran produk (product) yang paling signifikan pengaruhnya, yaitu sebesar 2.963 atau 29.63%.

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 10 Februari 2010, dengan penguji :

|              |                                                                                        |                                                                                         |                        |
|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|
| Tanda Tangan | 1.  | 2.  | 3.                     |
| Nama Terang  | <b>Drs. H. Suhardi Indra</b>                                                           | <b>Yanti, SE, MM</b>                                                                    | <b>Suziana, SE, MM</b> |

Mengetahui :

Ketua Jurusan Manajemen : **Dr. Harif Amali Rivai, SE, MSi**  
NIP. 132 164 008

\_\_\_\_\_ Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftarkan ke fakultas dan telah mendapat Nomor Alumnus:

| Petugas Fakultas / Universitas |       |               |
|--------------------------------|-------|---------------|
| No Alumni Universitas          | Nama: | Tanda tangan: |
| No Alumni Universitas          | Nama: | Tanda tangan: |



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dewasa ini kebutuhan manusia tidak hanya terbatas pada kebutuhan pokok saja seperti sandang, pangan dan papan. Lebih dari pada itu, manusia akan berusaha untuk memenuhi kebutuhan lainnya. Hal ini tidak terlepas adanya perilaku konsumen yang berusaha memenuhi berbagai macam kebutuhan lainnya dalam rangka mencapai tingkat kepuasan termasuk dalam hal transportasi.

Sarana transportasi atau yang biasa disebut kendaraan sangat dibutuhkan sebagai pelengkap kebutuhan manusia yang terus meningkat setiap harinya, karena kendaraan dapat dijadikan sebagai sarana pendukung dalam menjalankan aktivitas atau pekerjaan sehari – hari. Dalam hal ini sepeda motor dapat digunakan sebagai alat transportasi yang cepat. Kendaraan roda dua ini selain lincah mengarungi kemacetan daerah perkotaan, juga memiliki faktor ekonomis yang tinggi, yaitu irit dalam pemakaian bahan bakar, serta mobilitasnya cukup tinggi dan lebih cepat ke tempat tujuan. Selain itu, mencari tempat parkir di tempat keramaian dan jalan utama pun lebih mudah.

Tidak heran kalau sepeda motor kini menjadi pilihan hampir semua lapisan masyarakat. Tingginya minat masyarakat untuk memiliki kendaraan bermotor, khususnya kendaraan roda dua menunjukkan betapa besarnya pangsa sepeda motor di pasaran.

Namun semakin banyak perusahaan – perusahaan yang bergerak dibidang transportasi akan membawa masalah tertentu bagi suatu perusahaan seperti masalah

persaingan. Permasalahan tersebut akan mempengaruhi penjualan bagi perusahaan. Dalam merebut pasar para produsen mencoba menonjolkan produknya dari produk saingannya di pasar dengan berbagai cara, apakah dengan kebijaksanaan harga, produk, distribusi atau promosi serta berbagai kebijaksanaan lainnya yang ditujukan agar perusahaan dapat terus bertahan di pasar. Untuk itu perusahaan harus menetapkan strategi pemasaran yang efektif agar dapat terus bertahan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat.

Perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya akan menawarkan berbagai pilihan produk kepada konsumennya, sehingga konsumen harus selektif dalam memilih produk yang akan dibeli. Perusahaan dalam rangka meningkatkan pangsa pasarnya harus memperhatikan dan memperbaiki kebijaksanaan pemasarannya, bauran pemasaran dan faktor – faktor lain yang mempengaruhi penjualan perusahaan baik langsung maupun tidak langsung

Kota Padang merupakan salah satu pasar potensial yang menguntungkan bagi perusahaan karena jumlah penduduknya meningkat setiap tahunnya yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap penjualan sepeda motor. Berikut ini dapat dilihat perkembangan penjualan sepeda motor lima tahun terakhir :

## BAB VI

### PENUTUP

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa di atas, apabila analisis dilakukan dengan uji t untuk melihat pengaruh masing – masing variabel maka dapat diperoleh variabel *product/ produk (X1)*, *price/ harga (X2)*, *promotion/ promosi (X3)*, *place/ pendistribusian (X4)* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap daya beli minat sepeda motor merk Honda di Kota Padang. Artinya semakin baik variabel *product/ produk (X1)*, *price/ harga (X2)*, *promotion/ promosi (X3)*, *place/ pendistribusian (X4)* maka akan semakin tinggi juga minat beli konsumen terhadap sepeda motor merk Honda dan diantara ke empat variabel tersebut variabel *product/ produk (X1)* yang paling signifikan pengaruhnya, yaitu sebesar 29.63%.

Berdasarkan uji F yang dilakukan terhadap seluruh variabel bebas yaitu *product/ produk (X1)*, *price/ harga (X2)*, *promotion/ promosi (X3)*, *place/ pendistribusian (X4)* dapat disimpulkan bahwa *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi) dan *place* (pendistribusian) secara simultan dan bersama – sama mampu mempengaruhi variable terikat yaitu minat beli konsumen. Dengan kata lain bahwa model regresi yang dihasilkan dapat digunakan untuk memprediksi minat beli konsumen sepeda motor merk Honda.

#### 6.2 Saran

Setelah melihat dan menganalisis bauran pemasaran terhadap daya beli minat sepeda motor merk Honda. Maka dapat ditemukan beberapa saran untuk dijadikan sebagai masukan bagi pihak Honda, yaitu:



## DAFTAR PUSTAKA

- Hitt, Michael A, dkk. 2001. *Manajemen Strategis, Daya Saing dan Globalisasi*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Gujarati, Damodar. Sumarno, Zein. 1997. *Ekonometrika Dasar*. Erlangga, Jakarta
- Kertajaya, Hermawan. 1997. *Marketing Plus 2000 Siasat Memenangi Persaingan Global*. Gramedia, Jakarta.
- Kotler, Philip and Amstrong, Gary (1996). *Dasar Dasar Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia. Alih Bahasa Alexander Sindoro. Edisi 7e, Prenhalindo, Jakarta.
- \_\_\_\_\_ (1997). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Edisi 3. Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- \_\_\_\_\_ (1997). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia. Alih Bahasa Hendra Teguh, Reny Antonius Rusli. Edisi 9. Jilid 2, Prenhalindo, Jakarta.
- Kotler, Philip (1997). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Edisi 1. jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Matavia. 2005. *Analisis Bauran Pemasaran Jasa Pada Lembaga Bahasa Dan Pendidikan Profesional (LBPP) – LIA Padang*. Universitas Andalas (Skripsi), Padang.
- Nelhamida. 2006. *Analisis Hubungan Positioning Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Merk Honda Di Kota Padang*. Universitas Andalas (Skripsi), Padang.
- Rangkuti, Freddy. 1997. *Konsep Pemasaran*. Cetakan Ke Enam. Gramedia, Jakarta
- Sugiyono. 1999. *Metodologi Penelitian*. Alfa Beta, Bandung
- Simamora, Bilson. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Stanton, W.J (1989). *Prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Swastha, Basu. (1997). *Azas Azas Marketing*. Edisi ke dua. Liberty, Yogyakarta.
- Swastha, Basu dan Irawan, (1999). *Manajemen Pemasaran Modern*. Cetakan ke empat, Liberty, Yogyakarta

[www.astra-honda.com](http://www.astra-honda.com)