

**PENGARUH ANALISIS 4P TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**KAWASAKI NINJA 250CC TIPE 2 SILINDER DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

**FRANK VATICA RICHARDSON KAYOI**

**11120075**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2019**

**PENGARUH ANALISIS 4P TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**KAWASAKI NINJA 250CC TIPE 2 SILINDER DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

**FRANK VATICA RICHARDSON KAYOI**

**11120075**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2019**

**PENGARUH ANALISIS 4P TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KAWASAKI NINJA 250CC TIPE 2 SILINDER DI DAERAH ISTIMEWA**

**YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi

**Disusun Oleh:**

**FRANK VATICA RICHARDSON KAYOI**

**NIM : 11120075**

**Program Studi : Manajemen**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2019**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH ANALISIS 4P TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KAWASAKI NINJA 250CC TIPE 2 SILINDER DI DAERAH ISTIMEWA  
YOGYAKARTA**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

**FRANK VATICA RICHARDSON KAYOI**

**11120075**

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi pada tanggal ..... 29 MAR 2019 .....

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dra. Purwani Retno Andalas, MM :

(Ketua Tim)

2. Jonathan Herdioko, SE., MM :

(Dosen Pembimbing)

3. Dra. Ety Istriani, MM

(Dosen Penguji)

Yogyakarta, ..... 05 APR 2019 .....

Disahkan oleh:

Dekan,



DR. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen,

Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**ANALISIS 4P TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**KAWASAKI NINJA 250CC TIPE 2 SILINDER DI DAERAH ISTIMEWA**

**YOGYAKARTA**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 18 Maret 2019



A handwritten signature in black ink is written over a yellow rectangular stamp. The stamp contains the text 'METERAI KEPOL', 'PT POS INDONESIA', and '6000 RUPIAH'. There is also a small logo on the stamp.

Frank Vatica Richardson Kayoi

11120075

## HALAMAN MOTTO

**“Seperti Bapa Telah Mengasihi Aku, Demikianlah Juga Aku Telah Mengasihi Kamu ;  
Tinggallah Di Dalam Kasih Ku Itu”**

**Yohanes 15:9**

**“Mintalah, Maka Akan Diberikan kepadamu; Carilah, Maka Kamu Akan  
Mendapat; Ketoklah, Maka Pintu Akan Dibukakan Bagimu. Karena Setiap Orang Yang  
Meminta, Menerima Dan Setiap Orang Yang Mencari, Mendapat Dan Setiap Orang Yang  
Mengetok, Baginya Pintu Di Bukakan”**

**Matius 7:7-8**

**Bila gagal coba lagi, Bila Susah Coba Lagi, Karena Bila Kamu Menyerah Semua Akan  
Berakhir, Karena Hasil Tidak Akan Perna Menghianati Usahamu.**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

### The Script Present For :

- Tuhan Yesus Kristus
- Papa dan Mama Tercinta
- Keluarga Tercinta
- Bapak Jonathan Herdioko,SE.,MM.
- Teman – Teman Fakultas Bisnis 2012
- Almamaterku Tercinta

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus atas berkat dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Analisis 4P Terhadap Keputusan Pembelian Kawasaki Ninja 250cc Tipe 2 Silinder” ini dengan baik.

Adapun penyusunan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat yang telah ditetapkan oleh Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta untuk meraih gelar S1 di bidang Manajemen.

Selanjutnya dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Ucapan terima kasih ini ditujukan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan kasih yang tidak berkesudahan dalam kehidupan saya. Di mana penyertaan yang sempurna dari awal perkuliahan hingga selesainya penulisan Skripsi ini, tangan Tuhan selalu menopang.
2. Kedua Orang Tua tercinta saya yaitu Papa Ir.marthen Kayoi dan Mama Adolfina Florensina Rumfabe yang selalu memberikan dukungan lewat doa, motivasi, semangat, nasehat dan kasih sayang yang tulus juga pengorbanan secara materi dan telah memberikan kepada saya kepercayaan penuh sehingga dapat menyelesaikan kuliah saya dan Skripsi ini tepat waktu dan terselesaikan dengan baik.
3. Bapak Dr.Singgih Santoso, MM, selaku dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.



4. Bapak Sisnuhadi, selaku wakil dekan 1 Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
5. Bapak Jonathan Herdioko, SE., MM, selaku Pembimbing Skripsi yang telah sabar memberikan bimbingan dan saran-saran dalam penulisan Skripsi ini hingga selesai tepat waktu.
6. Semua keluarga terkasih di kota Jayapura yang tak pernah berhenti memberikan motivasi dan doa kepada saya.
7. Ke dua kaka saya kaka Stevenson Ronald Kayoi dan kaka Adelfita Damaris Kayoi yang selalu memberi motivasi dan semangat selama proses pembuatan skripsi.
8. Pacar saya Patricia Naomi Astried Rummy yang selalu memberi semangat dan doa selama proses pembuatan skripsi.
9. Poppy selaku hewan peliharaan penulis yang selalu menemani dan menghibur penulis dalam pembuatan skripsi ini.
10. Teman-teman Manajemen 2012 yang telah membagikan ilmu dan kebahagiaan selama masa perkuliahan.
11. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak demi penyempurnaan laporan ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pengguna pada umumnya.

Yogyakarta, November 2018

Penulis,

Frank Vatica Richarson Kayoi

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGAJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
ABSTRAKSI .....	xvi
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	3
1.3. Manfaat Penelitian .....	3
1.4. Tujuan Penelitian .....	3

1.5. Batasan Penelitian .....	4
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1. Pengertian Pemasaran .....	6
2.2. Konsep Pemasaran .....	7
2.3. Marketing Mix Bauran Pemasaran (4P) .....	8
2.4. Perilaku Konsumen .....	14
2.5. Keputusan Pembelian .....	18
2.6. Penelitian Terdahulu .....	24
2.7. Kerangka Penelitian .....	26
2.8. Hipotesis Penelitian .....	26
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
3.1. Tempat Dan Waktu Penelitian .....	28
3.2. Bentuk Penelitian .....	28
3.3. Jenis Data .....	28\
3.4 Data Primer .....	28
3.5. Data Sekunder .....	29
3.6. Teknik Pengupulan Data .....	29
3.7. Populasi Dan Sempel .....	30
3.8. Variabel Penelitian Dan Definisi Oprasional .....	30

3.9. Metode Analisis Data .....	33
3.10. Analisis Regresi Linier Berganda .....	34
3.11. Uji Parsial (Uji T) .....	35
3.12. Uji Simultan (Uji F) .....	36
2.13. Koefisien Determinasi .....	37
<b>BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
4.1. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	38
4.2. Analisis Deskriptif .....	41
4.3. Koefisien Determinasi (R) .....	47
4.4. Pengujian Hipotesis .....	48
4.5. Hasil Analisis Regresi Berganda.....	50
4.6. Pembahasan .....	53
<b>BAB V. Kesimpulan Dan Saran .....</b>	<b>55</b>
5.1. Kesimpulan .....	55
5.3. Saran .....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>57</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Penjualan Motor Sport Di Yogyakarta Selama 1 Tahun .....	1
Tabel 1.1. Data Penjualan Motor Sport Di Yogyakarta Selama 5 bulan .....	2
Tabel 4.1.. Hasil Uji Validitas.....	39
Tabel 4.1.2. Hasil Uji Reliabilitas .....	41
Tabel 4.2.1. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Tabel 4.2.2. Jumlah Responden Berdasarkan Usia .....	43
Tabel 4.2.3. Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	44
Tabel 4.2.4. Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan .....	45
Tabel 4.2.5. Jumlah Responden Berdasarkan Pengeluaran .....	46
Tabel 4.8. Analisis Regresi Untuk Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	37
Tabel 4.4.1. Hasil Uji F (F test) .....	49
Tabel 4.5.1. Hasil (Uji T) .....	51

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Perilaku Konsumen .....	17
Gambar 2.2. Proses pembelian Lima Tahap .....	19
Gambar 2.3. Kerangka Penelitian .....	26

©UKDW

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Surat Ijin Penelitian

Lampiran 2 Kuesioner

Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4 Analisis Regresi Linear Berganda

©UKDW



## ABSTRAK

Penelitian ini menguji *Pengaruh Analisis 4P Terhadap Keputusan Pembelian Motor Kawasaki Ninja 250cc Tipe Dua Silinder Di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner. Sampel yang digunakan dipilih dengan purposive sampling dengan kriteria konsumen pengguna motor sport di Yogyakarta khususnya Kawasaki ninja 250cc tipe 2 silinder. Jumlah sampel yang diambil sebagai responden sebanyak 100 orang.

Berdasarkan kriteria tersebut terdapat empat hipotesis yang didapat yaitu: pertama, produk, motor Kawasaki ninja 250cc bentuk yang menarik, kualitas yang di tawarkan ,dan fitur digital yang informatif pada kendaraan yang berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian motor Kawasaki ninja 250cc di Yogyakarta. Kedua, harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian motor Kawasaki ninja 250cc di Yogyakarta. Ketiga, distribusi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian motor Kawasaki ninja 250cc di Yogyakarta. Keempat, Promosi produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian motor Kawasaki ninja 250cc di Yogyakarta.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat statistik regresi linear berganda. Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa dari ke empat komponen variabel 4P (Produk,Harga,Distribusi,Promosi) yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian motor Kawasaki ninja 250cc di Yogyakarta.

*Kata kunci : Analisis 4P Terhadap Keputusan Pembelian Kawasaki Ninja 250cc Tipe 2 Silinder Di Daerah Istimewa Yogyakarta.*

## ABSTRACT

This study tested *the influence 4P Analysis of the Decision to Purchase a Two-Cylinder 250cc Type Kawasaki Ninja Motor in the Special Region of Yogyakarta*. Data collection methods used were questionnaires. The sample used was chosen by purposive sampling with the criteria of consumer motor sport users in Yogyakarta especially the Ninja 2 cylinder type 250cc. The number of samples taken as respondents is 100 people.

Based on these criteria there are four hypotheses obtained, namely: first, products, 250cc Kawasaki ninja motors of attractive shapes, quality offered, and informative digital features on vehicles that have a significant effect on the purchase decisions of 250cc Kawasaki ninjas in Yogyakarta. Second, the price has a significant effect on the satisfaction of purchasing a 250cc Kawasaki ninja motorbike in Yogyakarta. Third, the distribution has a significant effect on the decision of the 250cc Kawasaki ninja motorbike in Yogyakarta. Fourth, simultaneous product promotion has a significant effect on the satisfaction of purchasing a 250cc Kawasaki ninja motorbike in Yogyakarta.

Testing the hypothesis in this study uses a simple linear regression statistical tool. The results of the statistical analysis show that from the four variable components 4P (Product, Price, Distribution, Promotion) that have a significant effect on the satisfaction of purchasing a 250cc Kawasaki ninja motorbike in Yogyakarta.

Keywords: 4P Analysis of the Decision to Purchase Type 2 Cylinder 250cc Ninja Kawasaki in the Special Region of Yogyakarta

## ABSTRAK

Penelitian ini menguji *Pengaruh Analisis 4P Terhadap Keputusan Pembelian Motor Kawasaki Ninja 250cc Tipe Dua Silinder Di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner. Sampel yang digunakan dipilih dengan purposive sampling dengan kriteria konsumen pengguna motor sport di Yogyakarta khususnya Kawasaki ninja 250cc tipe 2 silinder. Jumlah sampel yang diambil sebagai responden sebanyak 100 orang.

Berdasarkan kriteria tersebut terdapat empat hipotesis yang didapat yaitu: pertama, produk, motor Kawasaki ninja 250cc bentuk yang menarik, kualitas yang di tawarkan ,dan fitur digital yang informatif pada kendaraan yang berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian motor Kawasaki ninja 250cc di Yogyakarta. Kedua, harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian motor Kawasaki ninja 250cc di Yogyakarta. Ketiga, distribusi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian motor Kawasaki ninja 250cc di Yogyakarta. Keempat, Promosi produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian motor Kawasaki ninja 250cc di Yogyakarta.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat statistik regresi linear berganda. Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa dari ke empat komponen variabel 4P (Produk,Harga,Distribusi,Promosi) yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian motor Kawasaki ninja 250cc di Yogyakarta.

*Kata kunci : Analisis 4P Terhadap Keputusan Pembelian Kawasaki Ninja 250cc Tipe 2 Silinder Di Daerah Istimewa Yogyakarta.*

## ABSTRACT

This study tested *the influence 4P Analysis of the Decision to Purchase a Two-Cylinder 250cc Type Kawasaki Ninja Motor in the Special Region of Yogyakarta*. Data collection methods used were questionnaires. The sample used was chosen by purposive sampling with the criteria of consumer motor sport users in Yogyakarta especially the Ninja 2 cylinder type 250cc. The number of samples taken as respondents is 100 people.

Based on these criteria there are four hypotheses obtained, namely: first, products, 250cc Kawasaki ninja motors of attractive shapes, quality offered, and informative digital features on vehicles that have a significant effect on the purchase decisions of 250cc Kawasaki ninjas in Yogyakarta. Second, the price has a significant effect on the satisfaction of purchasing a 250cc Kawasaki ninja motorbike in Yogyakarta. Third, the distribution has a significant effect on the decision of the 250cc Kawasaki ninja motorbike in Yogyakarta. Fourth, simultaneous product promotion has a significant effect on the satisfaction of purchasing a 250cc Kawasaki ninja motorbike in Yogyakarta.

Testing the hypothesis in this study uses a simple linear regression statistical tool. The results of the statistical analysis show that from the four variable components 4P (Product, Price, Distribution, Promotion) that have a significant effect on the satisfaction of purchasing a 250cc Kawasaki ninja motorbike in Yogyakarta.

Keywords: 4P Analysis of the Decision to Purchase Type 2 Cylinder 250cc Ninja Kawasaki in the Special Region of Yogyakarta

## BAB I

### LATAR BELAKANG

#### 1.1. LATAR BELAKANG

Perkembangan produk sepeda motor di Indonesia semakin pesat dari waktu ke waktu. Setiap industri sepeda motor di Indonesia saling berlomba untuk memenuhi permintaan konsumen yang semakin lama semakin kompleks dan selalu berubah - ubah seiring perkembangan jaman. Persaingan bisnis otomotif saat ini dibuktikan dengan semakin banyak produk - produk sepeda motor yang bermunculan dan menawarkan berbagai jenis tipe dengan spesifikasi yang berbeda dari berbagai macam merek seperti Yamaha, Kawasaki, Honda.

Table 1.1.

Penjualan Motor Sport Fairing 250cc Varian 2 Silinder Di Indonesia

no	Manufactur	Jumlah penjualan
1	Kawasaki	6.121 unit
2	Honda	1.307 unit
3	Yamaha	733 unit
	Total	8.161 unit

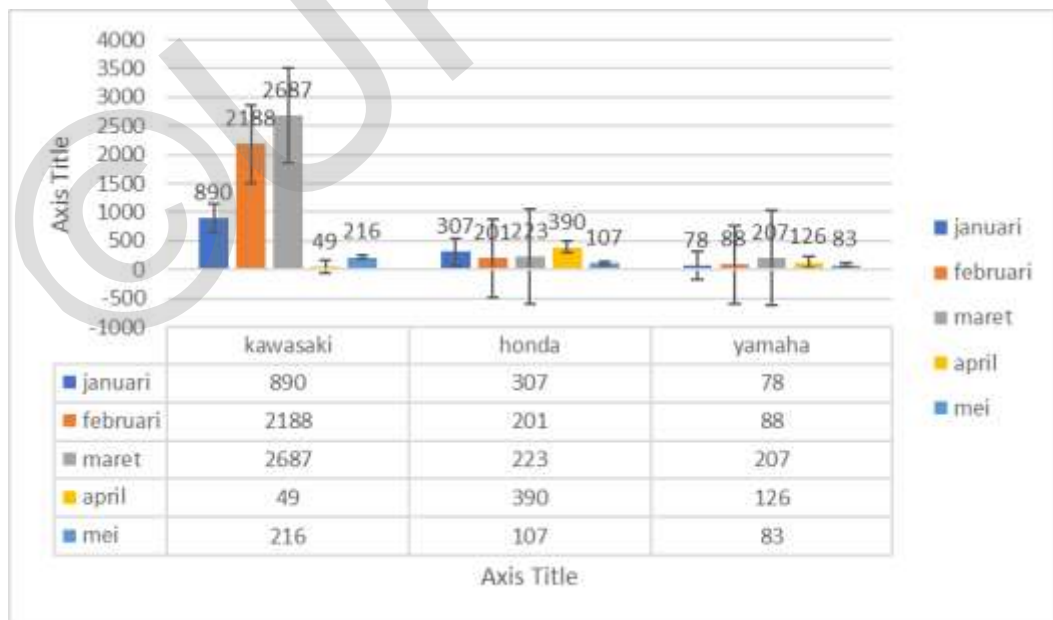
Sumber : AISI ( Asosiasi Industri Sepedamotor Indonesia ) 2018

Berdasarkan data di atas ini permintaan akan sepeda motor dengan mesin berdaya besar sebagai kendaraan harian menjadi perhatian para industri kendaraan di Indonesia. Kawasaki, sebuah industri motor di Indonesia ini mulai melirik pasar tersebut. Dengan membawa design motor sport dan mesin berdaya besar sesuai dengan batas kebijakan pemerintah, pada tahun 2008 Kawasaki mengeluarkan produknya yaitu Kawasaki Ninja 250R sebagai sepeda motor berdaya mesin besar yang dapat digunakan sebagai kendaraan harian. Walaupun dipatok dengan harga yang cukup tinggi, Kawasaki Ninja 250R, dapat secara

singkat merebut para konsumen yang mengidamkan sepeda motor sport dengan daya mesin yang besar. Pangsa pasar sepeda motor sport tersebut kian menguat pada Januari 2018. Kini, di segmen motor bermesin 250cc varian 2 silinder, pangsa pasar Ninja 250R menyentuh angka 62,77%. Dari segi volume, Kawasaki berhasil melego 1.457 unit Ninja 250R pada Oktober 2017. Secara akumulasi, Januari-Oktober 2017, Ninja 250R masih teratas di antara produk 250cc milik anggota Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (Aisi). Dalam enam bulan 2018, Ninja 250R varian 2 silinder terjual sekitar 12 ribuan unit terkhusus di kota – kota besar seperti di Jakarta, Bandung, Yogyakarta, dan Surabaya. Raihan itu membuat Ninja 250R menguasai sekitar 60,99%. Semula, Ninja 250R varian 2 silinder melenggang sendirian di segmen motor sport 250cc

Tabel 1.1.2.

Pangsa Motor Sport Fairing 250cc Varian 2 Silinder Di Indonesia



Sumber : AISI ( Asosiasi Industri Sepedamotor Indonesia ) 2018

Dengan adanya produsen lain yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam hal ini permintaan sepeda motor berdaya besar, menyebabkan setiap perusahaan lain meningkatkan pemasarannya perusahaan juga harus menetapkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Keputusan pembelian merupakan suatu tingkatan di mana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Dalam pasar yang tingkat persaingannya cukup tinggi, perusahaan mulai bersaing untuk memberikan kepuasan kepada konsumen agar konsumen nantinya mempunyai kesetiaan yang tinggi terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan dengan mengetahui hal yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumennya, perusahaan akan memperoleh informasi guna untuk mengambil keputusan dalam mempertahankan spesifikasi produknya atau dapat pula memperbaiki produknya sehingga nantinya dapat mengeluarkan produk terbarunya.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Untuk memfokuskan penelitian yang akan dilakukan perlu adanya perumusan masalah. Karena masalah yang akan diangkat mengenai faktor - faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen, maka hal berikut yang harus dijawab:

1. Apakah pengaruh variable produk,harga,tempat dan promosi, secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian Kawasaki Ninja 250cc varian 2 silinder ?
2. Apakah pengaruh variabel produk,harga,tempat dan promosi, secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian Kawasaki Ninja 250cc varian 2 silinder ?

### **1.3. Manfaat Penelitian**

Suatu penelitian dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan sehingga penelitian tersebut dapat bermanfaat, manfaat dari penelitian ini adalah bagi:

1. Bagi pembaca dan Universitas Keriten Duta Wacana Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi yang berkaitan dengan manajemen pemasaran dan juga sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.
2. Bagi Perusahaan Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan informasi kepada perusahaan untuk mengetahui faktor yang menentukan kepuasan konsumen sehingga perusahaan dapat mengambil keputusan dalam peningkatan produk.
3. Bagi penulis. Penelitian menjadi sarana pengalaman menambah keterampilan dalam menganalisa suatu masalah.

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Dalam hal ini penulis menyampaikan beberapa tujuan dari penelitian yang akan dilakukan, antara lain:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, hubungan antara nilai sampai pada harga, bentuk produk, keandalan perusahaan, jaminan, respon dan cara pemecahan masalah secara bersama-sama maupun sendiri-sendiri terhadap kepuasan konsumen Kawasaki Ninja 250R.
2. Untuk mengetahui faktor utama yang menjadi pertimbangan dalam membeli atau memilih Kawasaki Ninja 250R.



## 1.5. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang ada adalah sebagai berikut:

a. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah:

- 1) Produk (*product*) adalah segala atribut produk Sepeda Motor Ninja 250cc Merek Kawasaki yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya.
- 2) Harga (*price*) adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan Sepeda Motor Ninja 250cc Merek Kawasaki yang dibelinya guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya.
- 3) Tempat/Distribusi (*place*) adalah kegiatan dan cara yang dilakukan Kawasaki menyediakan Ninja 250cc Merek Kawasaki sehingga konsumen mudah mendapatkannya.
- 4) Promosi (*promotion*) adalah kegiatan dan cara penyampaian informasi tentang produk Sepeda Motor Ninja 250cc Merek Kawasaki untuk mempersuasi konsumennya
- 5) Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak membeli produk Sepeda Motor Ninja 250cc Merek Kawasaki.

b. Penelitian dilakukan terhadap konsumen Sepeda Motor Ninja 250cc Merek Kawasaki di Yogyakarta.

Responden yang diteliti adalah masyarakat yang pernah membeli dan menggunakan produk Sepeda Motor Ninja 250cc yang dibuat Kawasaki.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis mengenai pengaruh analisis 4P terhadap keputusan pembelian *Kawasaki Ninja 250cc tipe 2 silinder di Yogyakarta* dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *product* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Kawasaki Ninja 250cc tipe 2 silinder di Yogyakarta*.
2. Variabel *price* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Kawasaki Ninja 250cc tipe 2 silinder di Yogyakarta*.
3. Variabel *place* secara parsial kurang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Kawasaki Ninja 250cc tipe 2 silinder di Yogyakarta*.
4. Variabel *promotion* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Kawasaki Ninja 250cc tipe 2 silinder di Yogyakarta*.
5. Variabel *product*, *price*, *place*, dan *promotion* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Kawasaki Ninja 250cc tipe 2 silinder di Yogyakarta*.

#### 5.2. Saran

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan atau referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Adapun saran-saran yang diajukan penulis antara lain:

1. Kepada pihak *Kawasaki* disarankan untuk mempertahankan kualitas produk *sandal dan sepatu* agar pengguna memutuskan membeli produk-produk perusahaan secara berkala.
2. Untuk harga dari produk perusahaan harus dibuat terjangkau dan sesuai dengan kualitas, yaitu yang sesuai dengan kualitas, model yang ditawarkan dan harga produk yang kompetitif dengan kompetitor agar konsumen merasa mantap dan tidak menyesal membeli produk-produk *Kawasaki*.
3. Kepada pihak *Kawasaki* disarankan pula untuk terus mengembangkan analisis *Kawasaki* agar pengguna bisa bertahan dan bahkan semakin bertambah, serta penjualan produk juga ikut meningkat.
4. Kepada pihak *Kawasaki* untuk gencar melakukan promosi agar tertanam di main set masyarakat Jogjakarta bahwa produk *Kawasaki* lebih menarik dari segi harga dan model/varian dari pesaing bisnis yang lain.
5. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambah variabel lain yang memiliki hubungan dan pengaruh terhadap keputusan pembelian agar hasil penelitian dapat lebih berkembang lagi serta dapat memberikan informasi lebih banyak lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinata, A.A.M.W. dan I.G.A.K.G. Suasana, 2011. *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda pada Toko Sekar Sari di Denpasar*, Fakultas Ekonomi Universitas Udayana, Bali, Indonesia.
- Arikunto, S., 2009. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ariyanti, A.C., N. Korompot dan T. Hidayati, 2012. *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Perumahan Balikpapan Baru pada PT. Sinar Mas Wisesa Balikpapan*, Fakultas Ekonomi Universitas Mulawarman.
- Buchari, Alma. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Chandra, Gregorius, 2010, *Strategi dan Program Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Dharmmesta, B.S., 2008. *Azas-azas Marketing*. Edisi 3. Yogyakarta: Liberty
- Dharmmesta, B.S. dan H. Handoko, 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE Universitas Gajah Mada.
- Dharmmesta, B.S., dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Engel, J.F., R.D. Blackwell dan P.W. Miniard, 2005. *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam. Jilid I. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Gitosudarmono, Indriyo, 2011. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Hendra Saputra, 2008, *Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Teh Celup Sariwangi oleh Konsumen Rumah Tangga di Kota Medan*, Tesis, Sekolah Pascasarjana, Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Kotler, P., 2010. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., dan A.B. Susanto, 2009. *Manajemen Pemasaran di Indonesia, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. dan G. Armstrong, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat

- Kotler, Philip. **2000**. Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium. Penerbit Prenhallido, Jakarta.
- Kotler, Philip. **2002**. Manajemen Pemasaran, Edisi 9. Terjemahan: Hendra Teguh et.al. Jakarta, PT Prenhallindo.
- Kotler, Philip. **2005**. Manajemen Pemasaran. Edisi Kesebelas. Diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Jilid 2. Jakarta : Indeks
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. **2003**. Dasar-dasar Pemasaran. Edisi Kesembilan. Jakarta : Indeks.
- Lamb, Cahrles.W, Hair, Joseph.F, Mc Daniel, Carl, **2001**, Pemasaran, edisi 5, buku 1, penterjemah David Octarevia. Jakarta: Salemba Empat.
- Niswah, E.K., dan M. Edwar, 2009, Pengaruh Faktor Harga, Kualitas, Dan Fitur Terhadap Keputusan Pembelian Modem Smartfren di Ketintang Surabaya, Skripsi, Fakultas Ekonomi, Unesa, Surabaya.
- Rangukuti, F. **1997**. Riset Pemasaran. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Santoso, Singgih, 2011, *Buku Latihan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Schiffman, Leon G. dan Leslie L. Kanuk, 2008. *Consumer Behaviour (8th ed)*. New Jersey: Printice Hall.
- Sugiyono, 2007, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Stanton, William J., 2001. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sangadamai. 2012. Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Kawasaki Ninja 250R. Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Rifkifachrurozi.2014, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Kawasaki Ninja 250cc Di Semarang. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.