

**PENERAPAN STRATEGI PROMOSI GUNA MENINGKATKAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR PADA PT. YAMAHA
ELMONA MOTOR KEDUNGLURAH TRENGGALEK**

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Sebagai Syarat
Dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Disusun Oleh:

Nama : **Zulfanida**

NIM : 12211029

Pembimbing : Rony Ika Setiawan SE., MM

JURUSAN MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI KESUMA NEGARA

BLITAR

2016

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini dosen pembimbing dari.

Nama : **Zulfanida**
NIM : 12211029
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi :

**PENERAPAN STRATEGI PROMOSI GUNA MENINGKATAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR PADA PT. YAMAHA
ELMONA MOTOR KEDUNGLURAH TRENGGALEK**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini telah melalui proses bimbingan sejak tanggal 19 Januari 2016 sampai dengan bulan 23 Agustus 2016 dan memberikan persetujuan atas skripsi ini untuk diuji di depan dewan penguji skripsi.

Demikian persetujuan ini saya berikan sebagai syarat untuk mengikuti Ujian Komprehensif bagi mahasiswa yang tersebut diatas.

Blitar, 31 Desember 2016
Pembimbing,



Rony Ika Setiawan SE., MM

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : **Zulfanida**
NIM : 12211029
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi :

PENERAPAN STRATEGI PROMOSI GUNA MENINGKATAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR PADA PT. YAMAHA ELMONA MOTOR KEDUNGLURAH TRENGGALEK

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya.

Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Blitar, 25 Agustus 2016

Penulis,



Zulfanida



PT. ELMONA SEJAHTERA

Jl. Raya Kedunglurah Rt. 14/05 Kec. Pogalan Kab. Trenggalek
Dsn. Jarakan Rt. 21/05 Ds. Karangsoke Kec/Kab. Trenggalek
Telp. (0355) 879416 (0355) 794333 Fax. (0355) 878656
TRENGGALEK 66371 - JAWA TIMUR



SURAT KETERANGAN

Nomor : 018/ELM/24/VIII/2016

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Idham Kolid, H

Jabatan : Direktur

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Zulfanida

Jurusan : Manajemen

Nim : 12211029

Universitas : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara

Telah melakukan penelitian di lingkungan kerja PT. Elmona Sejahtera Kedunglurah Trenggalek untuk menyelesaikan penelitian dengan judul “ PENERAPAN STRATEGI PROMOSI DAN CITRA MEREK GUNA MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK YAMAHA DI KABUPATEN TRENGGALEK (Studi Kasus pada PT. YAMAHA ELMONA MOTOR KEDUNGLURAH)” mulai Tanggal 19 September 2015 sampai dengan 22 Januari 2016

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Trenggalek, 24 Agustus 2016

PT. Elmona Sejahtera

KEDUNGLURAH
POGALAN - TRENGGALEK

Idham Kolid, H

Direktur

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

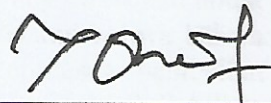
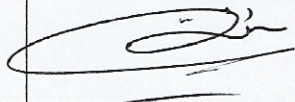
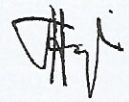
**PENERAPAN STRATEGI PROMOSI GUNA MENINGKATKAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR PADA PT. YAMAHA
ELMONA MOTOR KEDUNGLURAH TRENGGALEK**

Yang disusun oleh :

Nama : Zulfanida
NIM : 12211029
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen

Telah diuji dan dinyatakan lulus pada 8 September 2016

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

No	Nama	Kedudukan	Tanda Tangan
1	Iwan Setya Putra SE.,Ak.,MM	Penguji I	
2	Rony Ika Setiawan,SE.,MM	Penguji II	
3	Siti Sunrowiyati, SE., MM	Penguji III	

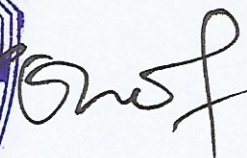
Mengetahui, Blitar 23 Oktober 2018

Ketua Program Studi Manajemen



(Tanto Askriyandoko Putro, SE.,MM)

Ketua Dewan Penguji



(Iwan Setya Putra SE.,Ak.,MM)

ABSTRAK

PENERAPAN STRATEGI PROMOSI GUNA MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR PADA PT. YAMAHA ELMONA MOTOR KEDUNGLURAH TRENGGALEK

Zulfanida – 12211029

Kata Kunci: Strategi Promosi, Keputusan Pembelian

Strategi promosi sangat penting dalam penjualan sebuah produk, strategi promosi digunakan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan pembelian atau penjualan barang perusahaan. Setiap perusahaan harus mempunyai strategi promosi yang menarik dan efektif untuk menjaga posisi kompetitif perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menerapkan strategi promosi guna meningkatkan keputusan pembelian sepeda motor pada PT. Yamaha Elmona Motor Kedunglurah Trenggalek. Jenis penelitian yang digunakan berjenis deskriptif kuantitatif. Populasi Populasi dalam penelitian ini adalah Jumlah pembeli motor merek Yamaha di PT. Elmona Motor di Kabupaten Trenggalek pada tahun 2011 sampai 2015 yang berjumlah 4133. Sampel dalam, penelitian ini adalah sebanyak 44 pembeli sepeda motor. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan cara wawancara, dokumentasi, dan observasi.

Berdasarkan hasil analisa data dapat disimpulkan bahwa pada PT. Yamaha Elmona Motor Kedunglurah Trenggalek mempunyai permasalahan dalam bidang pemasaran khususnya mengenai penerapan strategi promosi yang dilakukan untuk menarik minat beli konsumen. Dari Uji Validitas dapat diketahui bahwa bahwa semua indikator pada tabel strategi promosi maupun keputusan pembelian memiliki nilai r hitung $>$ r tabel yaitu sebesar 0.2973. Dari hasil uji Reliabilitas Dari tabel hasil pengujian diketahui bahwa strategi promosi mendapat nilai reliabilitas sebesar 0.749 dan keputusan pembelian memperoleh nilai reliabilitas sebesar 0.756.

Dari hasil perhitungan regresi linier sederhana diperoleh persamaan $Y' = 27,786 + 0,218X$ pada model regresi disamping memperoleh hasil positif, hal ini menunjukkan terjadi hubungan positif antara strategi promosi dengan keputusan pembelian, semakin naik atau semakin baiknya strategi promosi yang dilakukan perusahaan maka keputusan pembelian juga akan meningkat.

Dari Uji t Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai t hitung sebesar $1,433 < t$ tabel $2,020$ dan nilai signifikansi (sig.) $0,159$. Maka dapat disimpulkan H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang artinya strategi promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dari hasil tabulasi kuesioner dari 44 responden dengan dapat diketahui bahwa 64,57% responden secara umum mempunyai tanggapan cukup setuju dengan penerapan strategi promosi yang dilakukan perusahaan, dan dari kuesioner keputusan pembelian menunjukkan hasil 68,88% responden setuju terhadap keputusan pembelian yang mereka lakukan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah hirobilalamin, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang selalu memberikan rahmat, hidayat, dan nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Penerapan Strategi Promosi Guna Meningkatkan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada PT. Yamaha Elmona Motor Kedunglurah Trenggalek”.

Skripsi ini diajukan untuk melengkapi sebagian syarat dalam mencapai gelar sarjana (S1) Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar. Penulis menyadari bahwa terselesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, serta saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Iwan Setya Putra SE.,Ak.,MM.,CA selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.
2. Bapak Sandi Eka Suprajang SE.,MM selaku ketua jurusan manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar
3. Bapak Rony Ika Setiawan SE., MM selaku pembimbing yang telah memberikan ilmu, arahan serta bimbingan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar yang telah banyak memberikan ilmu kepada penulis.
5. Seluruh jajaran Staf dan TU yang banyak memberikan bantuan demi kelancaran sebuah perkuliahan.

6. Pimpinan serta seluruh karyawan PT. Yamaha Elmona Motor Kedunglurah Trenggalek yang telah membantu dalam penelitian ini.
7. Semua pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan Skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak yang dapat dipergunakan untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat baik bagi penulis, perusahaan dan bagi pihak-pihak lain yang berkepentingan dengan hasil penelitian ini.

Blitar, 25 Agustus 2016

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan Skripsi	ii
Halaman Pernyataan Keaslian.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Abstraksi	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar.....	xi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Permasalahan.....	3
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	5
E. Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Hasil Penelitian Terdahulu	7
B. Pengertian Pemasaran	14
C. Manajemen Pemasaran.....	17
D. Pengertian Strategi	18
E. Promosi	19

F. Keputusan Pembelian.....	27
G. Hubungan Antara Strategi Promosi Dengan Keputusan Pembelian.....	31
H. Hipotesis.....	31
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Definisi Operasional Variabel.....	33
B. Populasi Penelitian dan Sampel	33
C. Jenis Penelitian.....	34
D. Metode Pengumpulan Data	35
E. Teknik Analisis Data.....	36
F. Waktu dan Tempat Penelitian	39
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Data Perusahaan	40
B. Hasil Analisa Data.....	49
C. Pembahasan.....	70
BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	74
B. Saran.....	77

Daftar Pustaka

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	:	Jumlah Karyawan Menurut Jabatan	47
Tabel 4.2	:	Jumlah Karyawan Menurut Tingkat Pendidikan.....	47
Tabel 4.3	:	Jumlah Penjualan PT. Yamaha Elmona	50
Tabel 4.4	:	Biaya Promosi PT. Yamaha Elmona.....	51
Tabel 4.5	:	Perbandingan Biaya Promosi dengan Jumlah Pembelian	52
Tabel 4.6	:	Uji Validitas Indikator Strategi Promosi.....	56
Tabel 4.7	:	Uji Reliabilitas Indikator Strategi Promosi	57
Tabel 4.8	:	Uji Validitas Indikator Keputusan Pembelian	58
Tabel 4.9	:	Uji Reliabilitas Indikator Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 4.10	:	Analisis Regresi Linier Sederhana	59
Tabel 4.11	:	Hasil Tabulasi Kuesioner Variabel Strategi Promosi.....	63
Tabel 4.12	:	Hasil Tabulasi Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian ...	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 :	Proses Keputusan Pembelian	28
Gambar 4.1 :	Struktur Organisasi PT. Yamaha Elmona Motor	43