

**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL WULING  
DI *DEALER* WULING BEKASI SUMMARECON**

**SKRIPSI**

**MUTIA NURANI**

**21150000068**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2020**

**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL WULING  
DI *DEALER* WULING BEKASI SUMMARECON**

**SKRIPSI**

**MUTIA NURANI**

**21150000068**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN  
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2020**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MOBIL WULING  
(Studi Kasus Dealer Wuling Bekasi Summarecon)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Strata-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) – Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 10 Februari 2020



**Mutia Nurani**  
NPK : 21150000068

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

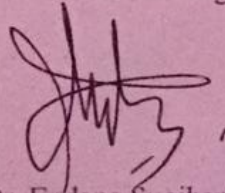
Karya ilmiah dengan judul :

### **PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL WULING DI DEALER WULING BEKASI SUMMARECON**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya Ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Dr. Endang Sugiharti, MSi. dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

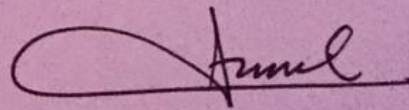
Jakarta, 12 Maret 2020

Pembimbing,



Dr. Endang Sugiharti, MSi.

Kepala Program Studi S-1 Manajemen



Drs. Sumitro, MSc

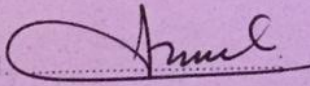
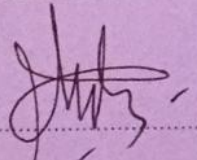
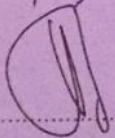
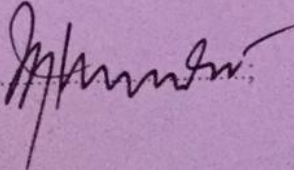
## HALAMAN PENGESAHAN

Karya ilmiah dengan judul :

### **PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL WULING DI DEALER WULING BEKASI SUMMARECON**

telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh  
Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi pada tanggal  
12 Maret 2020 dengan nilai A

#### Panitia Ujian Karya ilmiah

1.  ..... Drs. Sumitro, MSc  
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  ..... Dr. Endang Sugiharti, MSi.  
(Pembimbing)
3.  ..... Drs. Jusuf Haryanto, M.Sc  
(Anggota Penguji)
4.  ..... Drs. Budiono, MSc.  
(Anggota Penguji)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya ilmiah yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Ibu Dr. Endang Sugiharti, MSi. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam memberikan petunjuk dan koreksi atas penelitian skripsi ini.
2. Bapak Drs. Jusuf Haryanto, M.Sc dan Drs. Budiono, MSc. selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs Ridwan Maronrong, M.Sc., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
4. Bapak Dr. Anhar, M.Sc., SE., Ak., CA selaku Kepala Departemen Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
5. Bapak Drs. Sumitro, MSc selaku Kepala Prodi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
6. Seluruh dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan ilmu Manajemen dan ilmu penunjang lainnya.
7. Pimpinan dan seluruh karyawan *Dealer* Wuling Bekasi Summarecon terimakasih yang sebesar-besarnya atas waktunya untuk mengisi kuisioner dan izin yang telah diberikan selama penulis melakukan penelitian.
8. Kedua orang tua tercinta Achmad Sobari (papah) dan Endang Sukaryati (mamah) yang selalu mendoakan dan memberikan semangat serta dukungan lahir batin, dan terima kasih atas nasehatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Putri Novita Kundini (kakak), Muhammad Ilham Zulkarnaen (kakak ipar) dan Aditia Anggara (adik) yang telah memberikan semangat yang tiada hentinya kepada penulis.
10. Keluarga besar yang telah memberikan dukungan dan motivasinya kepada penulis.
11. Syifa fauziah, Irma Suryaningrum, Apriliani Khalifatuz yang telah membantu memberikan saran dan semangat kepada penulis.
12. Alvin Rakasena yang telah membantu penulis selama proses pembuatan skripsi hingga selesai.
13. Yuni Tiara Citra, Kartika Setyowaty, Aprilia Saputri yang tidak pernah putus untuk memberikan semangat dan menjadi tempat keluh kesah selama proses pembuatan skripsi hingga selesai.
14. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan karya ilmiah ini.

Jakarta, Maret 2020

**MUTIA NURANI**  
NPM 2115000068

## **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : MUTIA NURANI  
NPM : 21150000068  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

### **PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL WULING DI DEALER WULING BEKASI SUMMARECON**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : Maret 2020

Yang menyatakan,

ttd

MUTIA NURANI



Mutia Nurani  
NPM : 21150000068  
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :  
Dr. Endang Sugiharti, MSi.

**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL WULING  
DI DEALER WULING BEKASI SUMMARECON**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil Wuling pada *Dealer* Wuling Bekasi Summarecon.

Metoda penelitian yang digunakan adalah metoda survei, dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya. Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian mobil Wuling pada *Dealer* Wuling Bekasi Summarecon. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 118 orang.

Berdasarkan hasil dan pembahasan menunjukkan secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan promosi terhadap keputusan pembelian pada *Dealer* Wuling Bekasi Summarecon dan kontribusi pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian mobil sebesar 42,4%, secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap keputusan pembelian pada *Dealer* Wuling Bekasi Summarecon dan kontribusi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sebesar 25,6%, Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada *Dealer* Wuling Bekasi Summarecon dan kontribusi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 25% serta secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan promosi, harga dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian pada *Dealer* Wuling Bekasi Summarecon dan kontribusi pengaruh promosi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 78,2%.

***Kata kunci : Promosi, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian***

Mutia Nurani  
NPM : 21150000068  
Programme Study S-1 Management

Lecturer :  
Dr. Endang Sugiharti, MSi.

***THE INFLUENCE OF PRODUCT PROMOTION, PRICE AND QUALITY  
TOWARDS DECISIONS TO BUY WULING CARS IN DEALER WULING  
BEKASI SUMMARECON***

***ABSTRACT***

*This study aims to determine and analyze the effect of promotion, price and product quality on Wuling car purchasing decisions at Bekasi Summarecon Wuling Dealers.*

*The research method used is the survey method, using a questionnaire as a data collection tool. The target population in this study are consumers who purchase Wuling cars at Bekasi Summarecon Wuling Dealers. The number of samples used in this study were 118 people.*

*Based on the results and discussion, partially there is a significant influence of promotion on purchasing decisions at Bekasi Summarecon Wuling Dealers and the contribution of promotional influences on car purchase decisions by 42.4%, partially there is a significant influence on price of purchasing decisions on Bekasi Summarecon Wuling Dealers and contribution of price influence on purchasing decisions by 25.6%, Partially there is a significant influence on product quality on purchasing decisions at Bekasi Summarecon Wuling Dealers and the contribution of product quality influence on purchasing decisions by 25% and simultaneously there is a significant influence of promotion, price and Simultaneous product quality on purchasing decisions at Bekasi Summarecon Wuling Dealers and contribution of promotion, price and product quality influences on purchasing decisions of 78.2%.*

***Keywords: Promotion, Price, Product Quality, Purchase Decision***

# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	vii
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	9
1.4. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu.....	11
2.2. Landasan Teori.....	17
2.2.1. Pemasaran .....	17
2.2.2. Bauran pemasaran .....	20
2.2.3. Promosi .....	22
2.2.4. Harga .....	29
2.2.5. Kualitas produk .....	30
2.2.6. Keputusan pembelian.....	35
2.3. Hubungan antar Variabel Penelitian .....	41

	<b>Halaman</b>
2.3.1. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian.....	41
2.3.2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian .....	42
2.3.3. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian	43
2.4. Pengembangan Hipotesis Penelitian .....	44
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian.....	44
<b>BAB III METODA PENELITIAN.....</b>	<b>46</b>
3.1. Strategi Penelitian .....	46
3.2. Populasi dan Sampel .....	46
3.2.1. Populasi penelitian.....	46
3.2.2. Sampel penelitian .....	47
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data.....	48
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	49
3.5. Metoda Analisis Data.....	51
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>58</b>
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	58
4.2. Deskripsi Responden.....	52
4.3. Deskripsi Data.....	65
4.4. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....	68
4.4.1. Uji validitas .....	68
4.4.2. Uji reliabilitas.....	69
4.5. Analisis Statistik Data .....	69
4.5.1. Analisis koefisien determinasi .....	69
4.5.2. Pengujian hipotesis .....	74
4.6. Temuan Hasil Penelitian .....	77

	<b>Halaman</b>
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>81</b>
5.1. Simpulan .....	81
5.2. Saran.....	81
5.3. Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya.....	83
 DAFTAR REFERENSI .....	 83
LAMPIRAN.....	86

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
<b>Tabel 1.1.</b> Data Penjualan Wuling Motor se Indonesia Periode Januari – Mei 2018 .....	3
<b>Tabel 3.1.</b> Bobot Nilai Skala Likert .....	49
<b>Tabel 3.2.</b> Variabel dan Indikator Penelitian.....	50
<b>Tabel 4.1.</b> Hasil Uji Validitas.....	68
<b>Tabel 4.2.</b> Hasil Uji Reliabilitas.....	69
<b>Tabel 4.3.</b> Koefisien Determinasi Parsial Variabel Promosi ( $X_1$ ) Terhadap Variabel Keputusan Pembelian Mobil Wuling (Y).....	70
<b>Tabel 4.4.</b> Koefisien Determinasi Parsial Variabel Harga ( $X_2$ ) Terhadap Variabel Keputusan Pembelian Mobil Wuling (Y).....	71
<b>Tabel 4.5.</b> Koefisien Determinasi Parsial Variabel Kualitas Produk ( $X_3$ ) Terhadap Variabel Keputusan Pembelian Mobil Wuling (Y).....	73
<b>Tabel 4.6.</b> Koefisien Korelasi dan Determinasi Simultan Variabel Promosi ( $X_1$ ), Variabel Harga ( $X_2$ ), Variabel Kualitas Produk ( $X_3$ ) Terhadap Variabel Keputusan Pembelian Mobil Wuling (Y)	73
<b>Tabel 4.7.</b> Pengujian Hipotesis Parsial Variabel Promosi ( $X_1$ ), Variabel Harga ( $X_2$ ), Variabel Kualitas Produk ( $X_3$ ) Terhadap Variabel Keputusan Pembelian Mobil Wuling (Y)	74
<b>Tabel 4.8.</b> Pengujian Hipotesis Simultan Variabel Promosi ( $X_1$ ), Variabel Harga ( $X_2$ ), Variabel Kualitas Produk ( $X_3$ ) Terhadap Variabel Keputusan Pembelian Mobil Wuling (Y)	76
<b>Tabel 4.9.</b> Matriks Hasil Penelitian.....	77

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 2.1</b>	Model Sederhana Proses Pemasaran..... 19
<b>Gambar 2.2</b>	Langkah Dalam Personal Selling ..... 24
<b>Gambar 2.3</b>	Tahap-tahap Keputusan Pembelian..... 37
<b>Gambar 2.4</b>	Kerangka Konseptual Penelitian..... 45
<b>Gambar 4.1</b>	Struktur Organisasi Wuling Bekasi Summarecon..... 60
<b>Gambar 4.2</b>	Data Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 62
<b>Gambar 4.3</b>	Data Karakteristik Responden Berdasarkan Usia ..... 63
<b>Gambar 4.4</b>	Data Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan..... 63
<b>Gambar 4.5</b>	Data Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... 64
<b>Gambar 4.6</b>	Data Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan..... 64
<b>Gambar 4.7</b>	Diagram Skala Likert Variabel Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )..... 65
<b>Gambar 4.8</b>	Diagram Skala Likert Variabel Harga (X <sub>2</sub> )..... 66
<b>Gambar 4.9</b>	Diagram Skala Likert Variabel Iklan (X <sub>3</sub> ) ..... 67
<b>Gambar 4.10</b>	Diagram Skala Likert Variabel Keputusan Pembelian (Y)..... 67
<b>Gambar 4.11</b>	Hasil Penelitian ..... 77

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
<b>Lampiran 1.</b> Kuesioner Penelitian .....	86
<b>Lampiran 2.</b> Tabulasi Data Hasil Coba Variabel Promosi ( $X_1$ ).....	90
<b>Lampiran 3.</b> Tabulasi Data Hasil Coba Variabel Harga ( $X_2$ ).....	91
<b>Lampiran 4.</b> Tabulasi Data Hasil Coba Variabel Kualitas Produk ( $X_3$ ).....	92
<b>Lampiran 5.</b> Tabulasi Data Hasil Coba Variabel Keputusan Pembelian Mobil Wuling (Y) .....	93
<b>Lampiran 6.</b> Data Berpasangan Hasil Coba Variabel $X_1$ , $X_2$ , $X_3$ dan Y.....	94
<b>Lampiran 7.</b> Hasil Uji Validitas Variabel Promosi ( $X_1$ ).....	95
<b>Lampiran 8.</b> Hasil Uji Validitas Variabel Harga ( $X_2$ ) .....	96
<b>Lampiran 9.</b> Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk ( $X_3$ ) .....	97
<b>Lampiran 10.</b> Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Mobil Wuling (Y) .....	98
<b>Lampiran 11.</b> Tabulasi Data Variabel Promosi ( $X_1$ ) .....	101
<b>Lampiran 12.</b> Tabulasi Data Variabel Harga ( $X_2$ ).....	104
<b>Lampiran 13.</b> Tabulasi Data Variabel Kualitas Produk ( $X_3$ ).....	107
<b>Lampiran 14.</b> Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian Mobil Wuling (Y) .....	110
<b>Lampiran 15.</b> Data Berpasangan Variabel $X_1$ , $X_2$ , $X_3$ dan Y .....	113
<b>Lampiran 16.</b> Hasil Output SPSS (Deskripsi Data).....	116
<b>Lampiran 17.</b> Hasil Output SPSS (Koefisien Determinasi Parsial).....	117
<b>Lampiran 18.</b> Hasil Output SPSS (Koefisien Determinasi Simultan) .....	118
<b>Lampiran 19.</b> Surat Keterangan Riset.....	119
<b>Lampiran 20.</b> Dokumentasi Riset Penelitian .....	120
<b>Lampiran 21.</b> Daftar Riwayat Hidup Peneliti.....	121