

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR HONDA VARIO 150 CC
(Studi pada Konsumen PT. Honda Motor Cabang Pegambiran)

SKRIPSI

PURWADI NURANTORO
211100040



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

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR HONDA VARIO 150 CC**

(Studi pada Konsumen PT. Honda Motor Cabang Pegambiran)

SKRIPSI

PURWADI NURANTORO

211100040



**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 :

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA VARIO 150 CC

(Studi pada Konsumen PT. Honda Motor Cabang Pegambiran)

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi S-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 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 14 Agustus 2020



PURWADI NURANTORO

NPM. 211100040

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR HONDA VARIO 150 CC**

(Studi pada Konsumen PT. Honda Motor Cabang Pegambiran)

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) dengan Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Lina Noersanti, S.Si., M.Si. dan diketahui oleh Kepala Program Studi Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Jakarta, 25 Agustus 2020

Menyetujui
Pembimbing



Lina Noersanti, S.Si., M.Si.

Mengetahui
Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Drs. Sumitro, M.Sc

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR HONDA VARIO 150 CC**

(Studi pada Konsumen PT. Honda Motor Cabang Pegambiran)

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) pada tanggal 14 April 2020 dengan nilai **(A-)**

Panitia Ujian Skripsi :



Drs. Sumitro, M.Sc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)

2. ;

Lina Noersanti, S.Si., M.Si.
(Pembimbing)

3. ;

Ir. Dwi Windu S., MS
(Anggota Penguji)

4. ;

Ruland Willy Jack S., SE., M.Si
(Anggota penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan persyaratan dalam meraih gelar Sarjana Manajemen (S.M) di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak, sehingga kendala yang dihadapi dapat terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Ibu Lina Noersanti, S.Si., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
2. Bapak Ir. Dwi Windu S., MS dan Bapak Ruland Willy Jack S., SE., M.Si 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 Drs. Sumitro, M.Sc selaku Kepala Program Studi S-I Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
5. Segenap dosen dan staff Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan studi.
6. Segenap pegawai PT. Honda Motor Cabang Pegambiran, yang telah banyak membantu peneliti dalam memperoleh data penelitian yang diperlukan.
7. Kedua orang tua tercinta yang selalu mendoakan maupun memberikan support secara materiil maupun non materiil untuk peneliti.
8. Segenap keluarga yang selalu memberikan doa dan dukungannya untuk peneliti.
9. Teman-teman seperjuangan selama kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) yang selalu memberikan doa dan semangat.
10. Semua pihak terkait yang telah membantu yang tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 25 Agustus 2020

PURWADI NURANTORO

NPM. 211100040

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Purwadi Nurantoro
NPM : 211100040
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

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

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA VARIO 150 CC

(Studi pada Konsumen PT. Honda Motor Cabang Pegambiran)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi 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 : 25 Agustus 2020

Yang menyatakan,

Purwadi Nurantoro

Purwadi Nurantoro
NPM. 211100040
Program Studi S-I Manajemen

Dosen pembimbing :
Lina Noersanti, S.Si., M.Si.

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR HONDA VARIO 150 CC
(Studi pada Konsumen PT. Honda Motor Cabang Pegambiran)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario 150 CC (Studi pada Konsumen PT. Honda Motor Cabang Pegambiran).

Strategi yang digunakan adalah strategi asosiatif kuantitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survei. Sampel dalam penelitian ini adalah 110 pelanggan yang melakukan pembelian sepeda motor periode Agustus hingga Desember 2019. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 25.0

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai determinasi (R^2) sebesar 74,5% sedangkan sisanya 25,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada didalam model regresi. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa harga, kualitas produk dan promosi secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

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

Purwadi Nurantoro
NPM. 211100040
Program Studi S-I Manajemen

Dosen pembimbing :
Lina Noersanti, S.Si., M.Si.

***ANALYSIS OF INFLUENCE PRICE, PRODUCT QUALITY
AND PROMOTION ON PURCHASING DECISIONS
HONDA VARIO 150 CC MOTORCYCLE
(Study at Consumers PT. Honda Motor Pegambiran Branch)***

ABSTRACT

This study aims to determine the Influence of Price, Product Quality and Promotion on the Purchase Decision of Honda Vario 150 CC Motorcycle (Study on Consumers of PT. Honda Motor Pegambiran Branch).

The strategy used is a quantitative associative strategy. The method used in this research is survey research method. The sample in this study was 110 customers who made a motorcycle purchase in the period August to December 2019. The data used in this study were primary data. The data collection method uses a questionnaire by giving a set of written statements to the respondents to be answered. Data processing in this study uses SPSS version 25.0.

The results showed that the price variable had a positive and significant influence on purchasing decisions. Product quality variables have a positive and significant influence on purchasing decisions. And promotion variables have a positive and significant influence on purchasing decisions. The value of determination (R^2) was 74.5% while the remaining 25.5% was influenced by other variables that were not in the regression model. From this study it can be concluded that price, product quality and promotion positively and significantly influence the purchasing decision.

Keywords: Price, Product Quality, Promotion, Purchasing Decisions

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar belakang masalah	1
1.2. Perumusan masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	6
2.2. Landasan Teori	14
2.2.1. Pemasaran dan manajemen pemasaran.....	14
2.2.2. Harga.....	16
2.2.3. Kualitas produk.....	20
2.2.4. Promosi	22
2.2.5. Keputusan pembelian.....	25

2.3.	Hubungan antar Variabel Penelitian.....	27
2.3.1.	Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.....	28
2.3.2.	Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan Pembelian.....	28
2.3.3.	Pengaruh promosi terhadap keputusan Pembelian.....	28
2.3.4.	Pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian.....	28
2.4.	Pengembangan Hipotesis.....	29
BAB III	METODA PENELITIAN	30
3.1.	Strategi Penelitian.....	30
3.2.	Populasi dan Sampel.....	30
3.2.1.	Populasi penelitian.....	30
3.2.2.	Sampel penelitian.....	31
3.3.	Data dan Metoda Pengumplan Data	31
3.3.1.	Jenis dan sumber data	31
3.3.2.	Metoda pengumpulan data.....	32
3.4.	Operasionalisasi Variabel	34
3.6.	Metoda Analisis Data	36
3.6.1	Analisis koefisien determinasi.....	36
3.6.2.	Pengujian hipotesis	36
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian	39
4.2.	Deskripsi Karakteristik Responden	41
4.2.1	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	41
4.2.2	Karakteristik pelanggan berdasarkan usia	42
4.3.	Deskripsi Data	43
4.3.1.	Variabel Harga (X_1).....	44
4.3.2.	Variabel Kualitas Produk (X_2).....	44

Halaman

4.3.3. Variabel Promosi (X_3).....	45
4.3.4. Variabel Keputusan Pembelian (Y)	46
4.4. Pengujian Instrumen Penelitian	48
4.4.1. Uji validitas.....	48
4.4.2 Uji reliabilitas.....	49
4.5. Analisis Statistik Data.....	50
4.5.1. Analisis Koefisien Determinasi	50
4.5.2. Uji Hipotesis	53
4.6. Temuan Hasil Penelitian.....	54
4.6.1. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.....	54
4.6.2. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.....	55
4.6.3. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian...	56
4.6.4. Pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian	57
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	59
5.1. Simpulan	59
5.2. Saran	60
DAFTAR REFERENSI	61
LAMPIRAN	64

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Top Brand Index	1
Tabel 3.1. Populasi Penelitian.....	31
Tabel 3.2. Skala Likert.....	33
Tabel 3.3. Indikator Variabel Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2), Promosi (X_3), Keputusan Pembelian (Y)	35
Tabel 4.1. Pelanggan Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2. Pelanggan Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.3. Rekapitulasi Tanggapan Responden tentang Harga (X_1)	44
Tabel 4.4. Rekapitulasi Tanggapan Responden tentang Kualitas Produk (X_2)	45
Tabel 4.5. Rekapitulasi Tanggapan Responden tentang Promosi (X_3).....	46
Tabel 4.6. Rekapitulasi Tanggapan Responden tentang Keputusan Pembelian (Y)	47
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Instrumen	48
Tabel 4.8. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	49
Tabel 4.9. Koefisien Korelasi X_1 terhadap Y	50
Tabel 4.10. Koefisien Korelasi X_2 terhadap Y	51
Tabel 4.11. Koefisien Korelasi X_3 terhadap Y	52
Tabel 4.12. Koefisien Determinasi (R^2) Berganda	52
Tabel 4.13. Hasil Uji Simultan	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Uraian Konseptual Variabel	27
Gambar 4.1. Diagram Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Gambar 4.2. Diagram Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Usia	43
Gambar 4.3. Diagram Skala <i>Likert</i> Variabel Harga (X_1)	44
Gambar 4.4. Diagram Skala <i>Likert</i> Variabel Kualitas Produk (X_2)	45
Gambar 4.5. Diagram Skala <i>Likert</i> Variabel Promosi (X_3)	46
Gambar 4.6. Diagram Skala <i>Likert</i> Variabel Keputusan Pembelian (Y)	47

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	64
Lampiran 2. Struktur Organisasi PT. Honda Motor Cabang Pegambiran..	68
Lampiran 3. Tabulasi Data Variabel Harga (X_1)	69
Lampiran 4. Tabulasi Data Variabel Kualitas Produk (X_2)	71
Lampiran 5. Tabulasi Data Variabel Promosi (X_3)	73
Lampiran 6. Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y)	75
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_1)	77
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_2)	78
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X_3)	79
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	80
Lampiran 11. Tabel r	81
Lampiran 12. Hasil Uji Reliabilitas masing-masing Variabel Penelitian.....	82
Lampiran 13. Data Berpasangan Variabel Penelitian.....	83
Lampiran 14. Surat Keterangan Riset.....	85
Lampiran 15. Daftar Riwayat Hidup Peneliti.....	86