

SKRIPSI

KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI MOTOR HONDA MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN



DIAJUKAN OLEH :

NAMA : ANTONIUS ANDRES PETRUS

NIM : 115190105

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT GUNA
MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

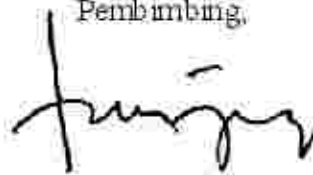
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : ANTONIUS ANDRES PETRUS
NPM : 115190105
PROGRAM JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN

Jakarta, 4 Juli 2023

Pembimbing,



(Dr. Hetty Karunia Tanjung Sari, SE., M.Si.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

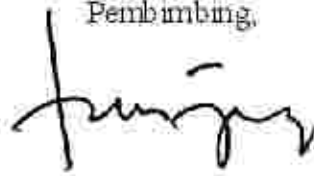
NAMA : ANTONIUS ANDRES PETRUS
NPM : 115190105
PROGRAM JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 17 Juli 2023 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas

1. Ketua Penguji : Dra. Yusbardini, M.E
2. Anggota Penguji : - Dr. Hetty Karunia Tanjungsari, SE., M Si
- Sanny Ekawati, SE., MM.

Jakarta, 17 Juli 2023

Pembimbing,

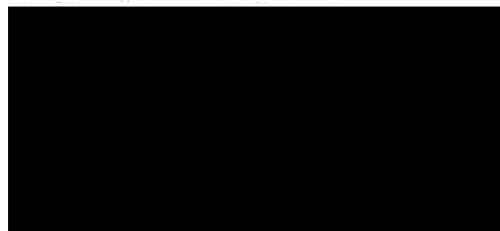


(Dr. Hetty Karunia Tanjungsari, SE., M Si)

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Antonius Andres Petrus
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115190105
Program Studi : SI Manajemen Pemasaran
Alamat :



Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya :

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebutkan sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 4/7 2023



(Antonius Andres Petrus)

Catatan :

1. Asli dikembalikan ke Jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas produk, harga dan promosi Motor Honda mempengaruhi terhadap keputusan pembelian konsumen.

Populasi dalam penelitian ini adalah pemakai Motor Honda di wilayah Kapuk, Jakarta Utara. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Data sesuai penelitian diperoleh dari penyebaran kuisioner. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden.

Teknik analisis data menggunakan analisis linear berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan:

1. Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap harga.
2. Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Promosi berpengaruh signifikan terhadap kualitas produk pada keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas produk, promosi dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality, price and promotion Honda Motor for consumer decision.

The population in this study were all consumer Honda motorbike at Kapuk, North Jakarta. Sampling in this study using purposive sampling technique.

Research ratio data obtained from questionnaires. Sample taken as many as 100 respondents. Data analysis techniques used multiple linear analysis with the help of the SPSS program.

The results showed test (1) Product quality has significant position effect on price, (2) Product quality has significant position effect on purchasing decision, (3) Price has a significant positive effect on purchasing decisions, (4) Promotion has significant positive effect on quality product and purchasing decision.

Keywords : Quality product, promotion and purchasing decision.

MOTTO

Era et Labora (Berdoa dan berusaha)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini saya persembahkan untuk

Saya sendiri,

Seluruh keluarga

Seluruh teman dan rekan seperjuangan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasihNya yang senantiasa menyertai penulis dalam pembuatan skripsi ini, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara

Penulis menyadari terdapat berbagai kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini. Dengan adanya panduan penulisan skripsi, bimbingan, dan motivasi dari berbagai pihak, skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam pembuatan skripsi ini, khususnya kepada

1. Ibu Dr. Hetty Karunia Tanjung Sari, SE, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberi tenaga, waktu, arahan, dan motivasi yang membantu penulis dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E, MM, MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara
3. Bapak Franky Slamet, S.E, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Segenap dosen dan staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara
5. Kedua orangtua kandung dan saudara saya yang selalu memberi dukungan dan semangat berupa doa dan motivasi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
6. Kepada teman bimbingan yang turut membantu dalam penyusunan skripsi.
7. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan baik dalam isi, tata bahasa, dan penyusunan, mengingat kemampuan penulis yang terbatas. Oleh karena itu kritik dan saran dari pembaca akan bermanfaat bagi penulis.

Jakarta,

2023

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
A. Manajemen Pemasaran	4
1. Pengertian Pemasaran	4
2. Pengertian Manajemen Pemasaran	5
3. Pengertian Bauran Pemasaran	5
B. Kualitas Produk	6
1. Pengertian Kualitas Produk	6
2. Indikator Kualitas Produk	6
C. Harga	7
1. Pengertian Harga	7
2. Penetapan Harga	7

3 Tujuan Penetapan Harga	7
4 Metode Penetapan Harga	8
5 Indikator Harga	9
6 Faktor Harga	10
D. Promosi	10
1. Pengertian Promosi	10
E Keputusan Pembelian	11
1. Pengertian Keputusan Pembelian	11
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen	12
F Tahap-tahap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen	13
G Kerangka Pikiran	15
H Hipotesis	16
I Model Empirik	17
BAB III METODE PENELITIAN	18
A. Jenis Penelitian	18
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	18
C. Definisi Operasionalisasi Variabel	18
1. Variabel Independen	18
2. Variabel Dependen	19
D. Populasi dan Sampel	20
1. Populasi	20
2. Sampel	20
E. Teknik Pengumpulan Data	20
F. Teknik Analisis Deskriptif	20
1. Analisis Deskriptif	21
2. Analisis Kuantitatif	21
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	23
A. Gambar Objek Penelitian	23
B. Hasil Penelitian	23
C. Pengujian Validitas dan Realibilitas	31
1. Pengujian Validitas	31
2. Pengujian Realibilitas	32

D. Analisa Data	33
1. Uji Asumsi Klasik	33
2. Regresi Linear Berganda	35
3. Koefisien Determinasi (R^2)	37
4. Pengujian Hipotesis	38
5. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	39
E. Pembahasan	41
BAB V. PENUTUP	43
A. Kesimpulan	43
B. Saran	43
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	23
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	24
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pembayaran Pembelian Motor Honda	24
Tabel 4.4.1 Kualitas (1)	25
Tabel 4.4.2 Kualitas (2)	25
Tabel 4.4.3 Kualitas (3)	26
Tabel 4.4.4 Kualitas (4)	26
Tabel 4.4.5 Kualitas (5)	26
Tabel 4.4.6 Harga (1)	27
Tabel 4.4.7 Harga (2)	27
Tabel 4.4.8 Harga (3)	27
Tabel 4.4.9 Harga (4)	28
Tabel 4.4.10 Promosi (1)	28
Tabel 4.4.11 Promosi (2)	28
Tabel 4.4.12 Promosi (3)	29
Tabel 4.4.13 Promosi (4)	29
Tabel 4.4.14 Keputusan Pembelian (1)	29
Tabel 4.4.15 Keputusan Pembelian (2)	30
Tabel 4.4.16 Keputusan Pembelian (3)	30
Tabel 4.4.17 Keputusan Pembelian (4)	30
Tabel 4.4.18 Keputusan Pembelian (5)	30
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Validitas	31
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Realibilitas	32
Tabel 4.7 Uji Multikolinearitas	34
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi	35
Tabel 4.9 Koefisien Determinasi (R^2)	37
Tabel 4.10 Hasil Uji t (Pengujian Parsial)	38

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Tahapan Pengambilan Keputusan	13
Gambar 2.2. Kerangka Pikiran	16
Gambar 2.3. Model Empirik	17
Gambar 4.1. Uji Normalitas	33
Gambar 4.2. Uji Heteroskedasitas	34
Gambar 4.3. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	39

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Tanggapan Responden
- Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Produk
- Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Harga
- Lampiran 5 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Promosi
- Lampiran 6 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian
- Lampiran 7 Uji Regresi Linear Berganda
- Lampiran 8 Uji Normalitas Data
- Lampiran 9 Uji Heterokedasdisitas
- Lampiran 10 Regresi dengan Moderasi
- Lampiran 11 Distribusi t Tabel dan r Tabel
- Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 13 Hasil Pemeriksaan Tunjutan

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Zaman sekarang mobilitas masyarakat baik di perkotaan maupun pedesaan sangat tinggi karena adanya pembangunan infrastruktur yang masif, maka kebutuhan akan transportasi seperti bus, mobil, motor, busway atau MRT menjadi mutlak. Karena pertumbuhan alat transportasi seperti mobil yang sangat pesat dan berbanding terbalik dengan pembangunan infrastruktur, maka terjadilah kepadatan dan kemacetan yang luar biasa terutama di kota Jakarta dan kota-kota besar lainnya.

Untuk mengatasi hal tersebut di atas, masyarakat membutuhkan alat transportasi seperti mobil, MRT, motor, bus dan lain-lain, sepeda motor menjadi pilihan utama karena harganya lebih terjangkau dan juga kemudahan kredit dengan suku bunga kompetitif dari bank atau perusahaan pembiayaan.

Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan sepeda motor, perusahaan seperti motor dari berbagai merek seperti Honda, Yamaha, Kawasaki dan Suzuki berusaha memproduksi motor dengan desain produk yang menarik dan harga terjangkau.

Dari jenis sepeda motor yang terjual dan yang dipakai masyarakat, merek Honda menjadi pilihan utama dan mendominasi pasaran di Jakarta. Ini menunjukkan tingkat pertumbuhan penjualan sepeda motor karena selain efisien, hemat dan fleksibel untuk mengatasi kemacetan di Jakarta. Banyak kalangan pekerja, karyawan, mahasiswa dan ibu rumah tangga memilih menggunakan sepeda motor.

Pencapaian penjualan sepeda motor dari berbagai merk sesuai data AISI 2021

<u>Pabrikan</u>	<u>Terjual</u>	<u>Persentasi</u>
1. Honda	3 928 788 unit	77,68%
2. Yamaha	1 063 866 unit	21,04%

3. Kawasaki	43.540 unit	0,86%
4. Suzuki	18.380 unit	0,36%
5. TVS	2.942 unit	0,04%
Total	5.057.516 unit	100%

Sumber data : warung asej net (Januan 17, 2022)

Pencapaian penjualan sepeda motor tidak lepas dari peran promosi yang dilakukan oleh perusahaan, sehingga sepeda Motor Honda menjadi market leader di Indonesia. Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan agar produknya dikenal masyarakat luas, antara lain :

- Melalui media digital dengan konten yang bervariasi
- Media elektronik dan media cetak
- Mengadakan pameran produk sepeda motor di Mal - Mal

Persepsi konsumen terhadap kualitas produk, harga dan promosi akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen

Tujuan penetapan harga adalah untuk mencapai target perusahaan, mendapatkan profit dan meningkatkan serta mengembangkan produksi produk serta meningkatkan target

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Kualitas produk, harga dan promosi motor Honda mempengaruhi keputusan pembelian Konsumen**".

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian ?
2. Apakah kualitas produk mempengaruhi harga ?
3. Apakah harga mempengaruhi keputusan pembelian ?
4. Apakah promosi memperkuat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian ?

C. Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian
- Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap harga
- Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian
- Untuk mengetahui promosi memperkuat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

- Hasil penelitian ini diharapkan memberi manfaat kepada perguruan tinggi agar dapat dijadikan bahan pustaka untuk mengadakan penelitian lanjutan
- Hasil penelitian ini diharapkan memberi manfaat kepada peneliti selanjutnya agar dapat dijadikan bahan informasi dan pengetahuan untuk meneliti lanjutan tentang pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat kepada manajemen perusahaan agar dapat dijadikan bahan masukan dan informasi dalam kaitannya dengan kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen di masa mendatang
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat kepada peneliti sendiri berupa wawasan dan ilmu pengetahuan baru tentang pengaruh kualitas produk, harga dan promosi motor Honda terhadap keputusan pembelian konsumen

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Iful. 2015. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol. 4 No. 12
- Arikunto, S. 2009. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rizek Cipta.
- Buchari Alma. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. CV Alfabeta Bandung
- Buchari Alma. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan kedelapan Alfabeta Bandung
- Buchari Alma. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta Bandung
- Darmawi, Herman. 2011. *Manajemen Perbankan*. Bumi Aksara Jakarta
- Felix dan Rodhich. 2022. *Pengaruh E-WOM dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Food dengan Mediasi Kepercayaan*. Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan Vol. 4 No. 1
- Ghozali, I. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler dan Armstrong. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Prenhalindo Jakarta
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2006. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I Edisi ke 13 Erlangga Jakarta
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Satu. Alih Bahasa Oleh Bob Sabran. Edisi 13 Erlangga Jakarta
- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Cetakan Pertama. Cakra Ilmu Yogyakarta
- Mowen, J.C., dan Minor, M. 2007. *Perilaku Konsumen*. Jilid Kedua. Erlangga: Jakarta
- Pajaree Gau. 2013. *The Effect of Product Quality Attributes on Thai Consumers Buying Decisions*. Article Ritsumeikan Asia Pacific University
- Prawirosentono, S. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia: Kebijakan Keputusan Pembelian; Kiat Membangun Organisasi Kompetitif Era Perdagangan Bebas Dunia*. BPFE. Yogyakarta

- Saladin Djaslim, 2003, *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Cetakan Ketiga, Linda Karya: Bandung
- Saladin Djaslim, 2007 *Manajemen Pemasaran*. Linda Karya Bandung Siswanto 2001 Pengantar Manajemen, Edisi 1 PT Bumi Aksara: Jakarta
- Sari, Meile dan Tunjungsari, 2021 *Pengujian Faktor-faktor yang Mempengaruhi Purchase Intention Secondary* Jurnal Manajemen Vol. 13 No. 2
- Schiffman, I. G. dan Kamuh, L. L. 2008 *Perilaku Konsumen* (7th Ed.) Jakarta: Indeks
- Steven dan Herlina, 2021 *Pengaruh Penggunaan Sosial Media dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian di Mediasi Kepercayaan* Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan Vol. 3 No. 4
- Sugryono, 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. CV Alfabeta: Bandung
- Sugryono, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung
- Sutisna, 2003. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Cetakan Ketiga. PT Remaja Rosdakarya: Jakarta
- Tjiptono, 2011. *Pemasaran Jasa*. Bayumedia: Malang
- Tjiptono, F. 2012. *Strategi Pemasaran Edisi Kedua*. Penerbit Andi Offset: Yogyakarta
- Weenas, J. R. S. 2013. *Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta* Jurnal EMBA. Vol. 1 No. 4
- Widayati, Dwi. 2012. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware di Yogyakarta* Jurnal Manajemen Vol. 2 No. 2