

**ANALISIS PENGARUH HARGA, JENIS PROMOSI, INOVASI DAN KUALITAS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MATIC YAMAHA MIO**
**(Studi Kasus Pada Konsumen di Daerah Koroncong Al Hidayah RW. 07 Pamijahan,
Bogor)**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen S1



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2013

**ANALISIS PENGARUH HARGA, JENIS PROMOSI, INOVASI DAN KUALITAS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MATIC YAMAHA MIO**

**(Studi Kasus Pada Konsumen di Daerah Koroncong Al Hidayah RW. 07 Pamijahan,
Bogor)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Strata 1 (S1)

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen S1

Nama : Winda Harlina

Nim : 43109010021



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2013

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Winda Harlina

Nim : 43109010021

Program Studi: Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Juli 2013



43109010021

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Winda Harlina

NIM : 43109010021

Program Studi : Manajemen S1

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Harga, Jenis Promosi, Inovasi dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian.

Tanggal Lulus Ujian : 27 Agustus 2013

Disahkan Oleh:

Pembimbing Skripsi

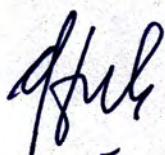


(Daru Asih, SE, M.Si)

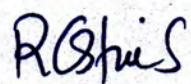
UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi Ketua Program Studi Manajemen - S1



(Dr. Wiwik Utami, Ak., CA)



(Dr. Rina Astini, SE, MM)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

Analisis Pengaruh Harga, Jenis Promosi, Inovasi dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Yamaha Mio

(Studi Kasus Pada Konsumen di Daerah Koroncong AL Hidayah RW.07 Pamijahan, Bogor)

Dipersiapkan dan Disusun Oleh:

Winda Harlina

43109010021

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 27 Agustus 2013

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi



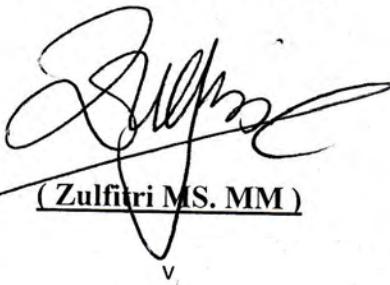
(Daru Asih, SE, M.Si.)

UNIVERSITAS
Anggota Dewan Penguji
MERCUBUANA



(M. Rizki Sadikin, BBA, MBA)

Anggota Dewan Penguji



(Zulfitri MS. MM)

HALAMAN PERSEMBAHAN



**Skripsi ini kupersembahkan untuk malaikat hatiku,
umi kurniasih dan abiku misbah hidayat..**

Harap, Doa dan Cinta yang tiada tara, selalu aku ucap untuk kebahagian

**UNIVERSITAS
kalian..**

MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan banyak kesempatan dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Pengaruh Harga, Jenis Promosi, Inovasi dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor *Matic* Yamaha Mio. (studi survey terhadap daerah koroncong Al Hidayah RW 07 pamijahan, Bogor) . skripsi ini disusun guna melengkapi salah satu prasyarat dalam memperoleh gelar Strata I (SI) Ekonomi dan Bisnis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan semangat serta bimbingan dari banyak pihak. Oleh karenanya penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih antara lain kepada :

1. Umi Kurniasih dan Abi Misbah Hidayat tercinta, terimakasih atas dukungan, cinta dan kasih sayangnya. Maaf sudah merepotkan kalian.
2. Kepada Rektor Universitas Mercu Buana yaitu Bapak Dr. Ir. Arissetyanto Nugroho, MM.
3. Ibu Dr. Wiwik Utami, Ak., CA selaku Dekan Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Rina Astini, SE., MM selaku Kaprodi Manajemen S1
5. Kepada Ibu Daru Asih, SE. M. Si selaku pembimbing yang telah sabar membimbing, mengarahkan, mendorong serta meluangkan tenaga dan pikiran sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada Dosen Pembimbing Akademik Bapak Yuhasril terima kasih atas bimbingannya selama ini dari semester awal sampai akhir.
7. Terimakasih untuk seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Mercu Buana yang telah memberikan ilmu yang berlimpah kepada penulis.

8. Terimakasih untuk Staff Tata Usaha FE UMB, atas bantuannya selama ini.
9. Terimakasih untuk Staff Perpustakaan Meruya Mercu Buana Rekan-rekan Perpustakaan atau biasa disebut FGA, makasi supportnya terima kasih banget buat Kepala Perpustakaan yaitu Bapak Budiantoro, dan para stafnya Pak Ugie (Babeh), Pak Arif, Mas Prio, Mba Ria (Bundo), Mba pipit, Mba Lia, Mba Nila, Pak Nandy, Pak Mukijo, Mas Nasrul, Mas Seno, Bang Udin, Bang Adit (Cikur), Mba rimawarima, Bang Rengga, Mba Siti, Bang eka, Mba Yani, Mba Yayah. senang bisa menjadi bagian dari keluarga perpustakaan.
10. Pihak Yamaha terimakasih atas bantuan data-datanya.
11. Ibu Wahyuni selaku Kepala Desa Pamijahan, Bogor.
12. Bapak Ibad selaku ketua RW.07 Koroncong Al Hidayah Pamijahan, Bogor.
13. Ketua RT 01 – 07 Pamijahan, Bogor.
14. Kakak dan adik-adikku yang ceriaa, Hardini Kurniawati , Hardi hidayah, Syifa Camelia. Terimakasih atas senyum dan semangatnya.
15. Sahabat, saudara dan musuh terbaikku Desi susilawati dan Robiatul Adawiyah yang selalu memberikan semangat sekaligus ocehannya. *Thanks my beloved my enemy.*
16. Teman- teman kesayangan gendut, bunda pipit, ndo, jenk tiqa sama umi natnat) *your' thebest friends.*
17. Teman-teman SMANZA, *thanks* atas waktu yang selalu menghilangkan penatku.
18. Anak-anak “Emak” dan teman-teman angkatan 2009 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. “*Nice to know u guys* “
19. Teman-teman Anggota Dewan Perwakilan Mahasiswa (DPM) yaitu bang pato, bang bewok, dimas, fii, fikar, markos, tama, aya, fajriyah, uung, nurhay, lida, yuli.
20. Teman Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) angkatan ke-3, mba eka, Mba reni dan bang ipi.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulismemohon maaf atas kekurangan dalam skripsi ini. Maka kritik dan saran sangat dibutuhkan untuk bahan penelitian selanjutnya.Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat.

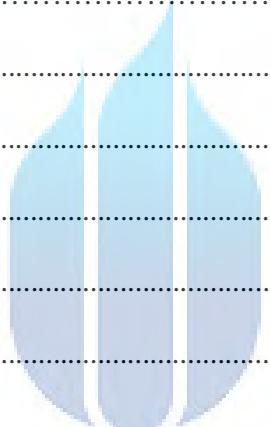
Jakarta, Agustus 2013

Penulis

Winda Harlina



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI....	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	 VERSITAS MERCU BUANA
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Bagi Penulis	5
1.4.2 Bagi Pihak Lain	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Manajemen Pemasaran	6

2.1.1	Pengertian Pemasaran.....	6
2.2	Pengertian Manajemen Pemasaran.....	7
2.3	Bauran Pemasaran.....	8
2.4	Produk	12
2.4.1	Definisi Produk	12
2.4.2	Tingkatan Produk	13
2.4.3	Klasifikasi Produk.....	14
2.5	Harga	14
2.5.1	Pengertian Harga	14
2.5.2	Metode Penetapan Harga	15
2.5.3	Tujuan Penetapan Harga	16
2.6	Jenis Promosi	17
2.6.1	Pengertian Promosi	17
2.6.2	Periklanan	18
2.6.3	Tenaga Penjualan.....	18
2.6.4	Promosi Penjualan	19
2.6.5	Hubungan Masyarakat.....	20
2.6.6	Berita dari Mulut ke Mulut.....	21
2.6.7	Pemasaran Langsung.....	21
2.7	Inovasi	23
2.7.1	Pengertian Inovasi	23
2.7.2	Ciri Inovasi.....	24
2.7.3	Sifat Perubahan dalam Inovasi.....	25

2.8	Kualitas Produk	26
2.8.1	Pengertian Kualitas	26
2.8.2	Dimensi Kualitas.....	27
2.9	Perilaku Konsumen	28
2.10	Keputusan Pembelian.....	29
2.10.1	Proses Keputusan Pembelian..	29
2.10.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Proses Pembuatan Keputusan Pembelian.....	30
2.11	Pengaruh Harga, Jenis Promosi, Inovasi dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian.....	31

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Gambaran Umum	34
3.2	Lokasi Penelitian	35
3.3	Desain Penelitian	36
3.4	Hipotesis.....	36
3.5	Variabel dan Skala Pengukuran.....	37
3.5.1	Definisi Operasional Variabel.....	38
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	40
3.6.1	Data Primer.....	40
3.7	Populasi dan Sampel.....	40
3.7.1	Populasi...	40
3.7.2	Sampel...	41
3.8	Metode Analisis Data	43

3.8.1 Analisa Deskriptif Kuantitatif	43
3.8.2 Uji Validitas dan Reliabilitas..	44
3.8.3 Uji Estimasi Model...	45
3.8.4 Interpretasi dan modifikasi Model.....	47
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1 Karakteristik Responden	48
4.2 Deskriptif Variabel Penelitian-Menurut Responden	51
4.2.1 Variabel Harga.....	52
4.2.2 Variabel Jenis Promosi.....	53
4.2.3 Variabel Inovasi.....	54
4.2.4 Variabel Kualitas.....	55
4.2.5 Variabel Keputusan Pembelian.....	56
4.3 Pengujian Data.....	56
4.3.1 Validitas Data.....	57
4.3.2 Reliabilitas Data.....	62
4.4. Membentuk Diagram Jalur.....	63
4.5. Pengujian Hipotesis.....	66
4.5.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	67
4.5.2 Pengaruh Jenis Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	67
4.5.3 Pengaruh Inovasi Terhadap Keputusan Pembelian	68
4.5.4 Pengaruh KualitasTerhadap Keputusan Pembelian	68
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	69

5.2 Saran.....	70
----------------	----

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR TABEL

	Halaman	
Tabel 3.1	Definisi Operasional Indikator dan Variabel.....	38
Tabel 3.2	Indeks Kelayakan Model	46
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Menurut Usia	49
Tabel 4.3	Karakteristik Pendidikan Responden	50
Tabel 4.4	Karakteristik Pekerjaan Responden.....	51
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga.....	52
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Jenis Promosi	53
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Inovasi.....	54
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas	55
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 4.10	Standarized Regression Weights: (Group Number 1 – Default model) variabel harga, jenis promosi, inovasi dan kualitas.....	58
Tabel 4.11	Standarized Regression Weights: (Group Number 1 – Default model) Keputusan Pembelian.....	60
Tabel 4.12	Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 4.13	Pengukuran Tingkat Kesesuaian (<i>Goodness-of-fit-Model</i>)	64
Tabel 4.14	Rangkuman Hasil Analisa Hipotesa dengan Metode SEM.....	65

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1	Analisis Pengaruh Harga, Jenis Promosi, Inovasi, dan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian.....	33
Gambar 4.1	Model Penelitian variabel harga, jenis promosi, inovasi dan kualitas	58
Gambar 4.2	Model Penelitian Keputusan Pembelian	60
Gambar 4.3	Modifikasi Keputusan pembelian.....	61
Gambar 4.4	Uji Kesesuaian Model	63



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1.....	72
Lampiran 2.....	76
Lampiran 3.....	80
Lampiran 4.....	84
Lampiran 5.....	86

