

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI PENJUALAN
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PERUSAHAAN
PENJUALAN SEPEDA MOTOR KAWASAKI**

SKRIPSI

NAMA : Guntar Kusumo

NIM : 43109010083



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2013

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI PENJUALAN
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PERUSAHAAN
PENJUALAN SEPEDA MOTOR KAWASAKI**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen – Strata 1

NAMA : Guntar Kusumo

NIM : 43109010083



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2013

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Guntar Kusumo

NIM : 43109010083

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 plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar- benarnya.

Jakarta, 27 Agustus 2013

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



43109010083

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Guntar Kusumo

Nim : 43109010083

Program : Manajemen S1

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap
Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan Penjualan Sepeda Motor
Kawasaki.

Disahkan oleh :

Pembimbing Skripsi


(Daru Asih SE, M.Si)

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen – S1



(Dr. Wiwik Utami, Ak. MS. CA)



(Dr. Rina Astini, SE, MM)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi Berjudul

**Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli
Konsumen Pada Perusahaan Penjualan Sepeda Motor Kawasaki.**

Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

Guntar Kusumo

NIM : 43109010083

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi



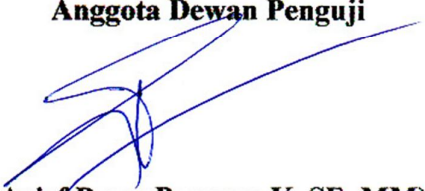
(Daru Asih SE, M.Si)

Anggota Dewan Penguji



(Drs. Hasannudin Pasiama M.Si)

Anggota Dewan Penguji



(Arief Bowo Prayoga K. SE. MM)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah. Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan Penjualan Sepeda Motor Kawasaki “**.

Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, banyak kekurangan dan keterbatasan, namun demikian penulis berusaha agar penyusunan skripsi ini tetap memiliki syarat sebagai karya tulis yang bersifat ilmiah.

Skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan tuntunan Allah SWT dan tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu dalam kesempatan ini penulis menghaturkan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Daru Asih SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu sabar dan sangat membantu dalam proses pembuatan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik.
2. Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM. Selaku Rektor Universitas Mercu Buana.

3. Dr. Wiwik Utami, SE. Ak. MS. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Rina Astini SE, MM selaku Kepala Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat.
6. Bapak dan Ibu tercinta, Bapak Paino dan Ibu Dwi Sundariyang selalu memberikan yang terbaik, doa yang tak pernah berhenti, bimbingan, nasihat, kasih sayang yang tak ternilai dan beserta seluruh keluarga yang senantiasa memberikan dukungan, perhatiannya, doa serta motivasi.
7. Terima kasih kepada Kakakku Eko Chandra Kusumo dan Adekku Puspa Tri Handayani yang telah memberikan doa dan kasih sayang.
8. Teman-teman Manajemen angkatan 2009, 18+, Kemal Fariz, Ardi Boyor, Relfin, Seprol, Haykal, Indra Erot, Irul Jenong, Billy Los, Ikkal, Andrianto, Helmi, Rahman Gembel, Tompel, Danang, Ivan Jhon, Ary, Om Ajis, Kesot, Fikar, Qroy, Cipuy, Janah, Lia.
9. Thy lunch dogil auto club, Sugab, Chanik, Japra, Ambon, Kecap, Thokir, Geton, Cemong, Dogil, Aan Tile, Lontong, Hendra, Garong, Tigis, Tessur, Samid, Bibel, Dendi.
10. Seluruh pihak yang telah membantu. Namun tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas doa dan motivasinya sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya atas kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini, dan untuk itulah semua saran-saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini serta besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah khasanah ilmu pengetahuan bagi kita semua. Amin ya Rabbal a'lam.

Jakarta, 27 Agustus 2013

Guntar Kusumo



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Batasan Penelitian	5

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Tujuan Penelitian	5
1.4.2 Manfaat Penelitian	6
 BAB II. LANDASAN TEORI	
2.1 Manajemen Pemasaran	7
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	7
2.2 Bauran Pemasaran	8
2.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran	8
2.2.2 Variabel Bauran Pemasaran	9
2.3 Promosi Penjualan.....	11
2.3.1 Pengertian Promosi Penjualan.....	11
2.3.2 Tujuan Promosi Penjualan	13
2.4 Kualitas Produk.....	14
2.4.1 Pengertian Kualitas Produk	14
2.4.2 Macam-macam Kualitas Produk	15
2.4.3 Target Pasar	15
2.4.4 Pengembangan Produk.....	16

2.5 Minat Beli Konsumen	17
2.5.1 Pengertian Minat Beli Konsumen.....	17
2.5.2 Indikator Minat Beli Konsumen.....	18
2.6 Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen.....	18
2.7 Penelitian Terdahulu	19
2.8 Rerangka Penelitian	20
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Obyek Penelitian	21
3.2 Gambaran Umum Perusahaan	21
3.3 Desain Penelitian	22
3.4 Hipotesis	23
3.5 Variabel Penelitian dan Skala Pengukuran	24
3.5.1 Definisi Operasional Variabel	24
3.6 Metode Pengumplan Data	25
3.7 Jenis Data	26
3.8 Populasi dan Sampel	26
3.8.1 Populasi Penelitian	26

3.8.2 Sampel Penelitian	27
3.9 Metode Analisis Data	27
3.9.1 Uji Validitas	28
3.9.2 Uji Realibilitas	39
3.9.3 Uji Normalitas	30
3.9.4 Uji Asumsi Klasik.....	30
3.9.5 Analisis Regresi Berganda	31
3.9.6 Penguji Hipotesis Uji F.....	32
3.9.7 Penguji Hipotesis Uji t.....	33

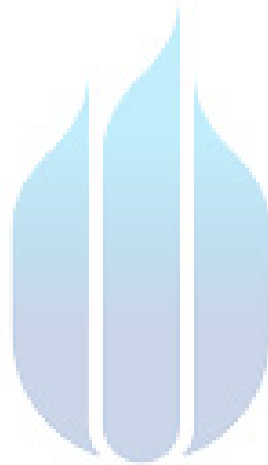
BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Karakteristik Responden.....	36
4.1.1 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
4.1.2 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Usia ..	38
4.1.3 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	38
4.1.4 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerja	39

4.1.5 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Rata-Rata 1 Bulan	40
4.2 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk, Promosi Penjualan dan Minat Beli Konsumen	41
4.2.1 Analisis Variabel Kualitas Produk	41
4.2.2 Analisis Variabel Promosi Penjualan.....	46
4.2.3 Analisis Variabel Minat Beli Konsumen	51
4.3 Uji Validitas dan Uji Realibilitas	56
4.3.1 Uji Validitas.....	56
4.3.2 Uji Realibilitas.....	58
4.4 Uji Normalitas	58
4.5 Uji Asumsi Klasik	61
4.5.1 Uji Heteroskedastisitas.....	61
4.5.2 Uji Multikolonieritas	62
4.6 Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen	62
4.7 Pengujian Hipotesis Uji F	64
4.8 Pengujian Hipotesis Uji t	65

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	70



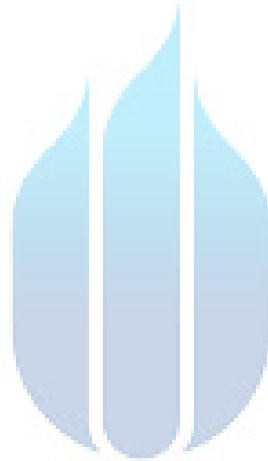
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Skala Pengukuran.....	24
3.2 Operasional Variabel	25
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	38
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerja	39
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penegeluaran Rata-Rata 1 Bulan	40
4.6 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk (KP1)	41
4.7 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk (KP2).....	42
4.8 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk (KP3).....	43
4.9 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk (KP4).....	44
4.10 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk (KP5).....	45
4.11 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk (KP6).....	46
4.12 Tanggapan Responden Terhadap Promosi Produk (PP1)	47
4.13 Tanggapan Responden Terhadap Promosi Produk (PP2)	48

4.14 Tanggapan Responden Terhadap Promosi Produk (PP3)	49
4.15 Tanggapan Responden Terhadap Promosi Produk (PP4)	50
4.16 Tanggapan Responden Terhadap Promosi Produk (PP5)	51
4.17 Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli Konsumen (MB1)	52
4.18 Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli Konsumen (MB2).....	53
4.19 Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli Konsumen (MB3)	54
4.20 Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli Konsumen (MB4)	55
4.21 Hasil Uji Validitas Data Kualitas Produk.....	56
4.22 Hasil Uji Validitas Data Promosi Penjualan.....	57
4.23 Hasil Uji Validitas Data Minat Beli Konsumen	58
4.24 Realibility Statistic X_1	58
4.25 Realibility Statistic X_2	59
4.26 Realibility Statistic Y	59
4.27 Hasil Uji Normalitas	60
4.28 Hasil Uji Multikolonieritas	62
4.29 Analisis Regresi Linear Berganda.....	63
4.30 Pengujian Hipotesis Uji F	64

4.31 Pengujian Hipotesis Dengan Uji t 65



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

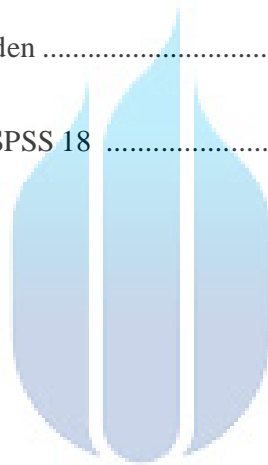
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Rerangka Penelitian	20
4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	70
Lampiran 1 Kuesioner	70
Lampiran 2 Hasil Kuesioner	74
Lampiran 3 Profil Responden	82
Lampiran 4 Hasil Output SPSS 18	87



UNIVERSITAS
MERCU BUANA