

**PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DAIHATSU
(Studi pada PT Astra International Daihatsu Sales – Operational di Cibubur)**

PROPOSAL SKRIPSI



Nama : Muhammad Wisnu Wardhana

NIM : 43117210063

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2020

**PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DAIHATSU
(Studi pada PT Astra International Daihatsu Sales – Operational di Cibubur)**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana

Jakarta



**Nama : Muhammad Wisnu Wardhana
NIM : 43117210063**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2020

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Wisnu Wardhana
NIM : 43117210063
Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil 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:

Jakarta, 26 Desember 2020



Muhammad Wisnu Wardhana

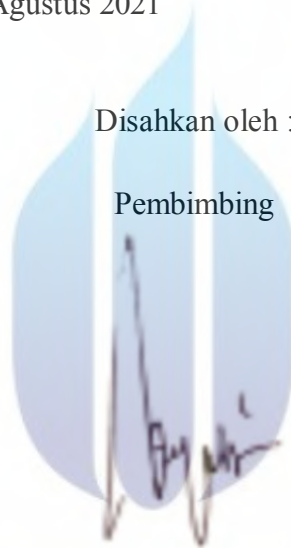
NIM 43117210063

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Wisnu Wardhana
NIM : 43117210063
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOBIL DAIHATSU
Tanggal Sidang : 5 Agustus 2021

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Nur Aisyah Febrianti P, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA
09210494



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Mobil Daihatsu di Cibubur. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Mobil Daihatsu di Cibubur yang pernah membeli mobil Daihatsu, yang dipergunakan adalah sebanyak 100 konsumen, dihitung berdasarkan rumus Rao Purba dalam Kharis. Metode penarikan sampel menggunakan purposive sampling. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrument penelitian adalah kuesioner. Metode analisis kuantitatif dengan menggunakan statistik. Penelitian ini membuktikan bahwa Promosi positif dan tidak signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, Harga positif signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, Kualitas Produk negatif dan tidak signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Promosi, Harga, dan Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of promotion, price, and quality of products on purchasing decisions on Daihatsu Car at Cibubur. The population in this study is Daihatsu car consumers in Cibubur who have purchased Daihatsu Car, the sample used was 100 consumers, calculated based on the Rao Purba formula in Kharis. The sampling method uses purposive sampling. Data collection methods using survey methods, the research instrument is a questionnaire. Quantitative analysis method using statistics. This research proves that promotion has a positive and insignificant effect on purchasing decisions, price has a significant positive effect on purchasing decisions, product quality has a negative and insignificant effect on purchasing decisions.

Keywords: Promotion, Price, Product Quality, Purchasing Decision



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu pada PT Astra International Daihatsu Sales – Operational di Cibubur”.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak dalam menyelesaikan penulisan ini, dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada ibu Dr. Nur Aisyah F. Pulungan, SE, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing, mengarahkan, memberikan semangat yang tiada hentinya dan saran-saran beserta motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun dan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip MS, Selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Erna Sofriana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Ir. H. Sonny Indrajaya, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.

4. Ibu Dr. Nur Aisyah F.Pulungan, SE, MM Selaku Seketaris Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Keluarga yang selalu support saya dan memberikan motivasi dalam masa kuliah berlangsung.
7. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta do'anya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak.

Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, Maret 2020

Muhammad Wisnu Wardhana

43117210063

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
PROPOSAL SKRIPSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kontribusi Penelitian	11
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Kajian Pustaka	12
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	12
2. Keputusan Pembelian	13
3. Harga	16
4. Kualitas produk	19
5. Promosi	22
6. Penelitian Terdahulu	25
B. Rerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis	28

BAB III METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian	32
B. Desain Penelitian	32
C. Definisi dan Operasional Variabel	32
D. Skala Pengukuran	35
E. Populasi dan Sampel Penelitian	36
F. Metode Pengumpulan Data	37
G. Metode Analisis Data	37
1. Analisis Statistik Deskriptif	37
2. Uji Kualitas Data	38
3. Uji Asumsi Klasik	39
4. Uji Kesesuaian Model	40
5. Uji Analisis Linear Berganda	41
6. Uji Hipotesis	42

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	43
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif	45
C. Hasil Uji Kualitas Data	49
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	51
E. Hasil Uji Kesesuaian Model	53
F. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	54
G. Hasil Uji Hipotesis	55
H. Pembahasan Hasil Penelitian	56

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	58
B. Saran	59

DAFTAR PUSTAKA	60
-----------------------	----

LAMPIRAN	62
-----------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Daftar 10 Merek Terlaris 2020	4
1.2	Tabulasi hasil pra survei Tanggapan Konsumen Terhadap Mobil Daihatsu	5
1.3	Data Pra Survei Variabel	9
2.1	Penelitian Terdahulu	25
3.1	Oprasional variable	33
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Dalam Sebulan	45
4.4	Kriteria Interpretasi Skor	46
4.5	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Keputusan Pembelian	46
4.6	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Promosi	47
4.7	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Harga	48
4.8	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Produk	48
4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	49
4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	49
4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Harga	50
4.12	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	50
4.13	Hasil Uji Reliabilitas	51
4.14	Hasil Uji Normalitas	52
4.15	Hasil Uji Multikolonieritas	52
4.16	Hasil Uji Heterokedastisitas	53
4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi	53
4.18	Hasil Uji F ANOVA	54
4.19	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	54
4.20	Hasil Uji Hipotesis	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Rerangka Konseptual	30



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner	62
2	Tabulasi Jawaban Responden	66
3	Kuesioner Berdasarkan Responden	80
4	Hasil Uji Statistik Deskriptif	81
5	Hasil Uji Validitas	83
6	Hasil Uji Reabilitas	87
7	Hasil Uji Asumsi Klasik	88
8	Hasil Uji Kesesuaian Model	90
9	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	91
10	Hasil Uji Hipotesis	91
11	Table R	92
12	Table F	100
13	Table T	107



UNIVERSITAS
MERCU BUANA