

**“PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP MINAT BELI SEPEDA MOTOR HONDA BEAT”**

**(Studi Pada Wilayah Tangerang Selatan)  
SKRIPSI**



Disusun Oleh :

UNIVERSITAS  
Nama : Ulil Amri Saputra  
MERCU BUANA  
NIM : 43118010359

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2022**

**“PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP MINAT BELI SEPEDA MOTOR HONDA BEAT”**

(Studi Pada Wilayah Tangerang Selatan)

**Skripsi Ini Di Susun Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1)**

**Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen**

**Universitas Mercu Buana**



Disusun Oleh :

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**  
Nama : Ulil Amri Saputra  
NIM : 43118010359

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2022**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ulil Amri Saputra

NIM : 43118010359

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya saya sendiri apabila saya mengutip dari hasil 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).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Jakarta, 29 Juni 2022



## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ulil Amri Saputra  
NIM : 43118010359  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI SEPEDA MOTOR HONDA BEAT"  
(Studi Pada Wilayah Tangerang Selatan)  
  
Tanggal Sidang : 3 November 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Daru Asih, SE., M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 12221937



Please Scan QRCode to Verify

## KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Beat”** guna memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana program studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana

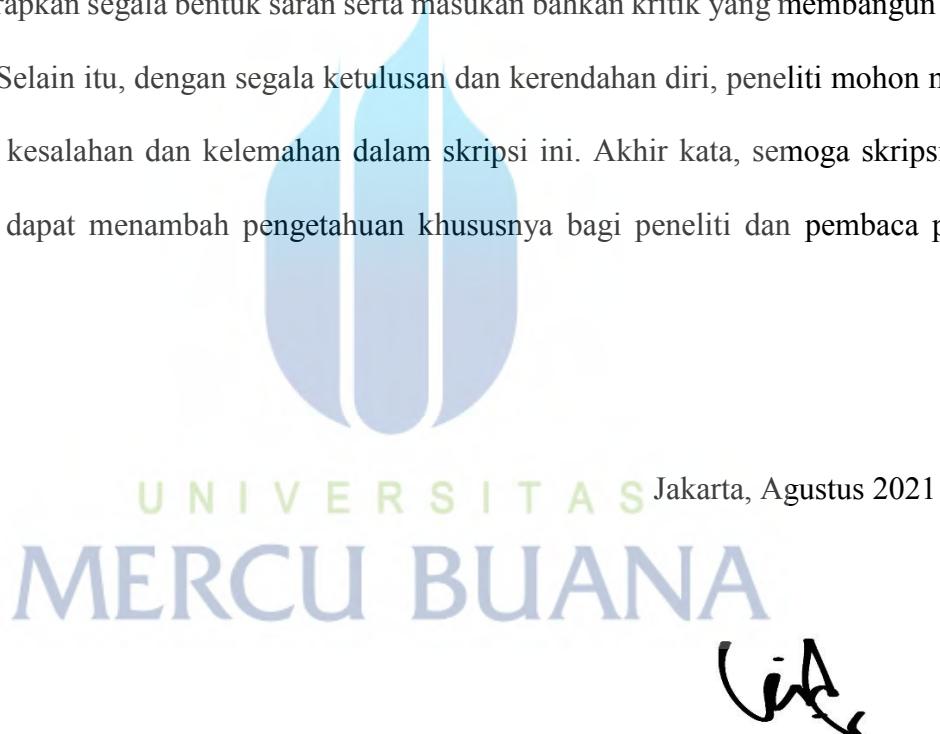
Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dr. Daru Asih, M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak saran, waktu, bimbingan, pengetahuan, dan nasehat yang sangat bermanfaat kepada peneliti. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan penelitian ini terutama kepada:

1. Kedua orang tua peneliti yang selalu memberikan doa, semangat, dorongan serta inspirasi yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Daru Asih, M.Si selaku dosen metodologi penelitian sekaligus pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, pengeahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaiannya skripsi ini.
3. Seluruh dosen dan staff Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
4. Kepada Siti Abigayle Rachman Tandaju dan teman seperjuangan yang tidak bisa di sebutkan satu persatu yang mengingatkan saya untuk menyelesaikan skripsi ini, dan selalu mensupport satu sama lain dan ingin lulus bersama dan berjuang bersama untuk

penyelesaian penelitian skripsi ini semangat dan berjuang untuk penyelesaian penelitian skripsi ini. Semangat terus untuk kita.

5. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
6. Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya.



Uul Amri Saputra

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kontribusi Penelitian.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
A. Manajemen Pemasaran.....	10
<i>Konsep pemasaran .....</i>	<i>12</i>
B. Promosi Penjualan.....	13
<i>Dimensi dan Indikator Promosi Penjualan .....</i>	<i>14</i>
C. Kualitas Produk .....	15
<i>Dimensi dan Indikator Kualitas Produk.....</i>	<i>16</i>
D. Minat Beli .....	17
<i>Dimensi dan Indikator Minat Beli .....</i>	<i>17</i>
E. Penelitian Terdahulu .....	19
F. Kerangka Konseptual .....	23
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
A. Jenis Penelitian .....	24
B. Lokasi Penelitian .....	24
C. Definisi Operasional Variabel .....	25
Variabel Independen (X).....	25

I.	<i>Promosi</i> .....	25
2.	<i>Kualitas</i> .....	25
D.	Variabel Terikat (Y) .....	25
F.	Skala Pengukuran .....	27
G.	Populasi dan Sampel.....	28
1.	<i>Populasi</i> .....	28
2.	<i>Sampel</i> .....	28
H.	Metode Pengumpulan Data .....	30
I.	Metode Analisis Data .....	31
1.	Analisis Deskriptif .....	31
2.	Uji Instrumen.....	31
G.	Analisis Partial Least Square (PLS) .....	33
H.	Langkah Pengujian Analisis PLS.....	33
A.	<i>Evaluasi Measurement Model (Outer Model)</i> .....	33
B.	<i>Structural equation model (inner model)</i> .....	34
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>37</b>
A.	Analisis Deskriptif .....	37
1.	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	37
2.	Deskriptif Responden .....	37
B.	Uji Instrumen .....	43
1.	Hasil Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	43
a.	<i>Convergent Validity</i> .....	43
a.	<i>Composite reliability dan Cronbach's Alpha</i> .....	46
b.	<i>Nilai R-Squared Coefficients</i> .....	47
3.	Hasil Pengujian Hipotesis ( Bootstrapping).....	47
C.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	50
1.	<i>Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Minat Beli</i> .....	50
2.	<i>Pengaruh Kualitas Produk Terdahap Minat Beli</i> .....	51
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>52</b>
A.	Kesimpulan.....	52
B.	Saran .....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>55</b>	
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>58</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	19
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel .....	26
Tabel 3. 2 Skor Berdasarkan Skala Likert .....	27
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4. 2 Deskriptif Responden Berdasarkan Usia .....	38
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	39
Tabel 4. 4 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Promosi Penjualan .....	40
Tabel 4. 5 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Kualitas Produk .....	41
Tabel 4. 6 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Minat Beli .....	42
Tabel 4. 7 Hasil Pengujian Convergent Validity .....	44
Tabel 4. 8 Nilai Average Variance Extracted (AVE) .....	45
Tabel 4. 9 Uji Descriminant Validity (Fornell - Larcker).....	45
Tabel 4. 10 Cronbach's Alpha dan Composite Reliability .....	46
Tabel 4. 11 Nilai R-Squared Coefficients .....	47
Tabel 4. 12 Hasil Pengkajian Bootstrapping.....	49



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data AISI Penjualan Motor Tahun 2019 .....	2
Gambar 1.2 Data AISI Penjualan Motor Tahun 2020.....	3
Gambar 1.3 Data AISI Penjualan Motor Tahun 2021 .....	3
Gambar 1.4 Tren Market Share dan Data Penjualan Sepeda Motor di Indonesia 2014-2019 .....	4
Gambar 1.5 Data Penjualan Honda Beat Per-Tahun .....	5
Gambar 1.6 TOP BRAND AWARD .....	5
Gambar 1.7 Motorcycle Market .....	6
Gambar 1.8 <i>Research Gap</i> .....	7
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual .....	23
Gambar 4.1 PLS Algorith.....	43
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Bootstrapping .....	48



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner.....	58
Lampiran 2 Hasil Kuesioner .....	61
Lampiran 3 Hasil Karakteristik Responden .....	71
Lampiran 4 Karakteristik Jawaban Responden.....	71
Lampiran 5 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....	73
Lampiran 6 Evaluasi Model Struktural (Inner Model) .....	76
Lampiran 7 Chart .....	77

