

**PENGARUH IKLAN, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI  
HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN MOTOR  
HONDA SCOOPY**

**SKRIPSI**



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**Nama : Reza Putra Pradana**

**Nim : 43117010407**

**PROGRAM STUDI MENEJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2021**

**PENGARUH IKLAN, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI  
HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN MOTOR  
HONDA SCOOPY**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar**

**Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi**

**Manajemen Universitas Mercu Buana**



**Nama : Reza Putra Pradana**

**Nim : 43117010407**

**PROGRAM STUDI MENEJEMEN S1**

**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2021**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Reza Putra Pradana

NIM : 43117010407

Program Studi : Manajemen SI

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya 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 atau penjiplakan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya,

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 09 September 2021



Reza Putra Pradana

NIM: 43117010407

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Reza Putra Pradana  
NIM : 43117010407  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH IKLAN, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN MOTOR HONDA SCOOPIY  
Tanggal Sidang : 9 September 2021


Disahkan oleh :

Pembimbing




Dr. Yuli Harwani, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis      Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 09210462



Please Scan QRCode to Verify

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Iklan, Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Minat Beli konsumen motor Honda Scoopy. Objek penelitian ini dilakukan terhadap konsumen yang ingin membeli sepeda motor di wilayah DKI Jakarta. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 105 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk SEM-PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Iklan berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli dan Persepsi Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli.

Kata Kunci: Iklan, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Minat Beli, motor Honda Scoopy.



## **ABSTRACT**

*The research aims to identify the influence of advertising, product quality, price perception on consumer buying interest for Honda Scoopy motorcycles. The object of this research is to consumers who want to buy a motorcycle in the DKI Jakarta area. The sample used in this study was 105 respondents. The sampling technique using a convenience sampling. By using quantitative descriptive approach. Therefore, the analysis of the data used is the statistical analysis in the form of SEM-PLS. The results of this study indicate that advertising has a significant positive effect on buying interest. Product quality has a significant effect on buying interest and Price Perception has a significant positive effect on buying interest.*

*Keywords: Advertising, Product Quality, Price Perception, buying interest, Honda Scoopy motorcycle.*



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul **“Pengaruh Iklan, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Motor Honda Scoopy”**.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dr. Yuli Harwani, M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya serta motivasi, saran, waktu luang selama bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi penelitian ini.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi penelitian ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta materil sehingga proposal penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala kerendahan hati peneliti ingin

berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, Ms selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Eri Marpala, SE, MM. selaku Sekretaris Program Studi SI Manajemen Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti.
6. Kedua orangtua tercinta Bapak Edi Muchni dan Ibu Delia Warni motivasi terbesar yang selalu memberikan doa, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil.
7. Teman dan sahabat dari “warung 18+” dan seluruh keluarga Manajemen yang selalu menjadi keluarga dekat selama di Universitas Mercu Buana.
8. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karenanya, mohon saran yang membangun



dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.

Jakarta, 09 September 2021



Reza Putra Pradana



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

	Halaman
<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>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB 1</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Penelitian</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah Penelitian</b>	<b>14</b>
<b>C. Tujuan Penelitian</b>	<b>14</b>
<b>D. Kontribusi Penelitian</b>	<b>15</b>
<b>BAB II</b>	<b>16</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS</b>	<b>16</b>
<b>A. Kajian Pustaka</b>	<b>16</b>
<b>1. Perilaku Konsumen</b>	<b>16</b>
<b>2. Minat Beli</b>	<b>17</b>
<b>3. Iklan</b>	<b>20</b>
<b>4. Kualitas Produk</b>	<b>23</b>
<b>5. Persepsi Harga</b>	<b>26</b>
<b>6. Penelitian Terdahulu</b>	<b>29</b>
<b>7. Hubungan Antar Variabel</b>	<b>38</b>
<b>B. Kerangka Pemikiran</b>	<b>38</b>
<b>BAB III</b>	<b>39</b>
<b>METODE PENELITIAN</b>	<b>39</b>
<b>A. Waktu dan Tempat Penelitian</b>	<b>39</b>
<b>B. Desain Penelitian</b>	<b>39</b>

<b>C. Definisi dan Operasionalisasi Penelitian</b>	<b>40</b>
1. Definisi Variabel	40
2. Operasionalisasi Variabel	42
<b>D. Skala Pengukuran</b>	<b>43</b>
<b>E. Populasi dan Sampel Penelitian</b>	<b>44</b>
1. Populasi Penelitian	44
2. Sampel Penelitian	45
<b>F. Metode Pengumpulan Data</b>	<b>46</b>
<b>G. Metode Analisis Data</b>	<b>47</b>
1. IBM SPSS Statistik 23	47
2. Uji Instrumen	48
3. <i>Partial Least Square</i> (PLS)	49
4. Langkah-langkah Pengujian Analisis PLS	50
<b>BAB IV</b>	<b>54</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	<b>54</b>
<b>A. Gambaran Umum Objek Penelitian</b>	<b>54</b>
1. Deskripsi Responden	55
2. Deskripsi Variabel	59
<b>B. Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS)</b>	<b>63</b>
1. Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i>	64
2. Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> )	71
<b>C. Pembahasan</b>	<b>74</b>
1. Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli	75
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	75
3. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli	76
<b>BAB V</b>	<b>77</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>77</b>
A. Kesimpulan	77
B. Saran	78
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>84</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Hasil Pra Survey Awal	13
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1	Definisi Operasionalisasi Variabel	42
Tabel 3.2	Instrumen Skala Likert	44
Tabel 4.1	Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2	Usia Responden	56
Tabel 4.3	Wilayah Tempat Tinggal Responden	57
Tabel 4.4	Pekerjaan Responden	58
Tabel 4.5	Pendapatan Perbulan Responden	58
Tabel 4.6	Karakteristik Jawaban Kuesioner Variabel Iklan	60
Tabel 4.7	Karakteristik Jawaban Kuesioner Variabel Kualitas Produk	61
Tabel 4.8	Karakteristik Jawaban Kuesioner Variabel Persepsi Harga	62
Tabel 4.9	Karakteristik Jawaban Kuesioner Variabel Minat Beli	63
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Convergent Validity	65
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Convergent Validity (modifikasi)	67
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Discriminant Validity	68
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Average Extracted Variance (AVE)	69
Tabel 4.14	Hasil Uji Discriminant Validity (Fornier Lacker Critetion)	70
Tabel 4.15	Hasil Pengujian Composite Reability	70
Tabel 4.16	Nilai Variabel Endogen	71
Tabel 4.17	Hasil Pengujian Hipotesis	73

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Data Jumlah Kendaraan di Indonesia Tahun 2017	2
Gambar 1.2	Distribusi Sepeda Motor Januari-Oktober 2017	3
Gambar 1.3	Persentase Kendaraan di DKI Jakarta 2018	5
Gambar 1.4	Penjualan & Rerata 8 Motor Terlaris Selama Jan-Nov 2017	8
Gambar 1.5	Daftar Sepeda Motor Paling Laris di Indonesia Jan-Maret 2018	9
Gambar 2.1	Model Rerangka Konseptual Penelitian	38
Gambar 4.1	Hasil PLS Algorithm	65
Gambar 4.2	Hasil PLS Algorithm	67
Gambar 4.3	Hasil Bootstrapping	73



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1	: Kuesioner	84
Lampiran 2	: Tabulasi	88
Lampiran 3	: Deskripsi Responden	93
Lampiran 4	: Deskripsi Variabel	94
Lampiran 5	: Hasil Evaluasi Measurement Model ( <i>Outer Model</i> )	97
Lampiran 6	: Hasil Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> )	101



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA