

**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
DALAM PEMBELIAN MOTOR YAMAHA NMAX
(Studi kasus DKI Jakarta)**

SKRIPSI



Nim : 43117010151

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

**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
DALAM PEMBELIAN MOTOR YAMAHA NMAX
(Studi kasus DKI Jakarta)**

SKRIPSI

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Aldo Haryanto

Nim : 43117010151

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

SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aldo Haryanto

NIM : 43117010151

Program Studi : SI Manajemen

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 (penjiplak).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 28 September 2021



Aldo Haryanto

Nim: 43117010151

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Aldo Haryanto
NIM : 43117010151
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Pembelian Motor Yamaha NMAX (studi kasus DKI Jakarta)
Tanggal Sidang : 28 September 2021

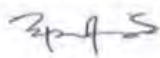
Disahkan oleh :

Pembimbing


Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen


Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si


Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 10210656

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam Pembelian Motor Yamaha NMAX. Subjek pada penelitian ini adalah konsumen yang mengetahui produk Yamaha NMAX. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 180 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 Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Promosi, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Yamaha N-Max, Otomotif



ABSTRACT

The research aims to identify the influence of Promotion, Price and Product Quality towards Consumer's Purchase Decision to buying Yamaha NMAX. The subjects in this study were consumer who knows Yamaha NMAX product. The sample used in this study was 180 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 showed Promotion has a significant & positive effect on Consumer's Purchase Decision. Price has a significant & positive effect on Consumer's Purchase Decision and Product Quality has a significant & positive effect on Consumer's Purchase Decision.

Keywords: Promotion, Price, Product Quality, Purchase Decision, Yamaha N-Max, Automotive



KATA PENGANTAR

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 Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Pembelian Motor Yamaha NMAX”**.

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 Bapak Dr H. Sonny Indrajaya, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta 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 skripsi ini terutama kepada :

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr. Erna Sofriani Imaningsih, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Eri Marlapa, SE., MM selaku Sekretaris I Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
5. Dr. Erna Sofriani Imaningsih, SE., M.Si selaku dosen metodologi penelitian yang telah sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan semangat dan memotivasi kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat tersusun.
6. Ibu Febrina Mahliza, SE., M.Si sebagai ketua penguji dan bapak Amzad Samudro, SE., MM selaku anggota penguji yang telah memberikan saran dan masukan untuk menyempurnakan skripsi

saya.

7. Kedua orang tua tercinta Bapak Bambang Haryanto dan Ibu Suharti motivasi terbesar yang selalu memberikan doa, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil.
8. Teman dan Sahabat Ormawa FEB khususnya HIMA Manajemen S1 Periode 2018-2019 dan Periode 2019-2020. Sudah mampu memberikan pengalaman berharga dalam berorganisasi yang baik selama saya berada di dalam Ormawa Himpunan Mahasiswa Jurusan Periode 2018-2019 dan Periode 2019-2020.
9. Teman dan Sahabat “Warung 18+” dan seluruh mahasiswa manajemen S1 angkatan 2015 sampai angkatan 2019 yang telah memberikan motivasi dan semangat kepada penulis.
10. Sahabat dan teman seperjuangan Yunan Helmi Ghazali Muhammad, Reza Putra, dan Fahmi Idris. Terima kasih sudah memberikan semangat, motivasi, doa serta membantu dalam penyusunan skripsi, semangat selalu semoga kita sukses bersama dan kita selalu dalam lindungan Allah SWT.
11. Ka Humayra Hamdani, Bang Juan Farras, Bang Fajar Kurniawan, dan Bang Farley Dharmawan yang sudah memberikan motivasi serta arahan dari awal pembuatan skripsi ini.
12. 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.

13. 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 karena nya, 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.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 28 September 2021

Aldo Haryanto

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kontribusi Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	11
A. Kajian Pustaka	11
1. Pemasaran	11
a. Pengertian Pemasaran	11
b. Konsep Pemasaran	12
2. Manajemen Pemasaran	13
3. Promosi	14
a. Pengertian Promosi	14
b. Tujuan Promosi	14
c. Dimensi dan Indikator Promosi	15
d. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Promosi	16
4. Harga	17
a. Pengertian Harga	17
b. Tujuan Penetapan Harga	18

c. Dimensi dan Indikator Harga	20
d. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Harga	21
5. Kualitas Produk	21
a. Pengertian Kualitas Produk	21
b. Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	22
c. Dimensi dan Indikator Kualitas Produk	26
6. Keputusan Pembelian	27
a. Pengertian Keputusan Pembelian	27
b. Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	28
c. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	30
7. Penelitian Terdahulu	32
B. Pengembangan Hipotesis	35
C. Kerangka Pemikiran	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Waktu dan Tempat Penelitian	39
B. Desain Penelitian	39
C. Definisi dan Operasionalisasi Variable	40
a. Definisi Variable	40
1. Variable Dependen (Y)	40
2. Variable Independen (X)	40
b. Operasional Variable	40
D. Skala Pengukuran Variabel	43
E. Populasi dan Sampel Penelitian	44
a. Populasi Penelitian	44
b. Sampel Penelitian	44
F. Jenis dan Data Penelitian	45
G. Teknik Pengumpulan Data	45
1. Kuisisioner	46
2. Metode kuisisioner online	46
H. Metode Pengumpulan Data	47
I. Metode Analisis Data	48
1. IBM SPSS Statistic 26	48
a. Analisis Deskriptif	48
2. Uji Instrumen	49

3. Analisis Partial Least Square	50
4. Langkah-langkah Pengujian Analisis PLS	51
1. Evaluasi Measurement Model (Outer Model)	51
a. <i>Convergent Validity</i>	52
b. <i>Discriminant Validity</i>	52
c. <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	53
2) Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	53
3) Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	55
B. Statistik Deskriptif	56
1. Deskripsi Responden	56
2. Deskripsi Variabel	59
A. Hasil Analisis Data PLS (<i>Partial Least Square</i>)	62
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	62
2. Pengujian Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	69
B. Pembahasan Hasil Penelitian	72
1. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	72
2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	73
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan menurut AISI (2018)	5
Tabel 1. 2 Tabel Pra Survey	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Promosi	41
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Harga	41
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel Kualitas Produk	42
Tabel 3. 4 Definisi Operasional Variabel Keputusan Pembelian	42
Tabel 3. 5 Instrument Skala Likert	43
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	56
Tabel 4. 2 Usia Responden	57
Tabel 4. 3 Wilayah Tempat Tinggal Responden	57
Tabel 4. 4 Pekerjaan Responden	58
Tabel 4. 5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi	59
Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga	59
Tabel 4. 7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	60
Tabel 4. 8 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	61
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Convergent Validity	63
Tabel 4. 10 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)	65
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi)	65
Tabel 4. 12 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) (Modifikasi)	66
Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loading</i>)	67
Tabel 4. 14 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	68
Tabel 4. 15 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Fornell Lacker Criterion</i>)	68
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	69
Tabel 4. 17 Hasil Uji Nilai R-Square (R^2)	70
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Hipotesis	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Daftar Sepeda Motor Paling Laris di Indonesia Januari-Maret 2018	6
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	37
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS	63
Gambar 4. 2 Hasil Uji Bootstrapping	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

81

