

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR MATIC ALL NEW
HONDA PCX
(Studi pada PT. Astra Honda Motor Jakarta Barat Periode 2016-2019)**

SKRIPSI

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



Nama : Muhammad Biaggi Julian

NIM : 43117010255

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

2021

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : M Biaggi Julian

Nim : 43117010255

Program studi : S1 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 (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 16 Februari 2021



M Biaggi Julian

Nim : 43117010255

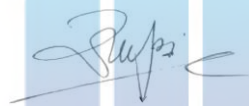
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : M Biaggi Julian
NIM : 43117010255
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic All New Honda Pcx
Tanggal Sidang : 2 September 2021

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Ir. Zulfitri MP, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

MERCU BUANA

LPTA 11210722



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah Kualitas Produk, Harga dan Promosi memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Jakarta Barat yang pernah membeli Motor *Matic All New Honda Pcx*. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kausal. Data yang digunakan adalah data primer. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan survey berupa teknik kuesioner dan observasi. Teknik sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah 105 responden yang pernah membeli Motor *Matic All New Honda Pcx*. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan program SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atas tiga variabel independen diantaranya (1) Kualitas Produk, (2) Harga, dan (3) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu atas Keputusan Pembelian Motor *Matic All New Honda Pcx*. Hasil dari pengujian regresi linear berganda menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yaitu atas Kualitas Produk, Harga, dan Promosi berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Dari hasil pengujian diketahui bahwa pengaruh positif terbesar terhadap Keputusan Pembelian Motor *Matic All New Honda Pcx* adalah pada variabel Harga yang memiliki koefisien sebesar 0,618. Selanjutnya diikuti dengan variabel Promosi yang memiliki koefisien sebesar 0,246 dan variabel yang berpengaruh paling rendah adalah variabel Kualitas Produk yang memiliki koefisien sebesar 0,191.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine whether product quality, price and promotion have an influence on purchasing decisions. The population in this study is the people of West Jakarta who have bought the All New Honda Pcx Matic Motor. This type of research used in this research is causal research. The data used are primary data. The data collection method used in this study was a survey in the form of a questionnaire and observation technique. The sample technique used was purposive sampling. The criteria used in this study were 105 respondents who had bought the All New Honda Pcx Matic. The data analysis used was multiple linear regression analysis with SPSS 25. The results showed that the three independent variables including (1) Product Quality, (2) Price, and (3) Promotion had a positive and significant effect on the dependent variable All New Honda Pcx Matic Motorcycle Purchase Decision. The results of multiple linear regression indicate that all independent variables are Product Quality, Price, and Promotion have a positive effect on Purchase Decisions. From the test results, it is known that the largest positive influence on the Purchase Decision of the All New Honda Pcx Matic Motor is the Price variable which has a coefficient of 0.618. This is followed by the Promotion variable which has a coefficient of 0.246 and the variable with the lowest effect is the Product Quality variable which has a coefficient of 0.191.

Keywords: *product quality, price, promotion, purchasing decisions.*



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya kepada peneliti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik guna melengkapi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta. Judul yang penulis ajukan adalah **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR MATIC ALL NEW HONDA PCX”**.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari kekurangan karena keterbatasan akan kemampuan penulis. Pemikiran, rekomendasi, maupun dorongan dari berbagai pihak dirasakan sangat membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Zulfitri, MP., MM., selaku dosen pembimbing yang telah sabar memberikan saran, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasihat-nasihat beserta motivasi yang sangat bermanfaat kepada penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun.
2. Prof. Dr. Ngadino Surip Diposumarto, Ms., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

4. Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Kedua orang tua tercinta: Ibu dan Bapak, serta kakak ku Rhesa Putri. Terima kasih atas segala doa, pengorbanan, kasih sayang, dan dukungan dengan penuh ketulusan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Teruntuk Apriliani Nur Komala, sebagai bagian terpenting dalam hidup penulis yang selalu ada dikala penulis susah maupun senang dan selalu membantu penulis. Terima kasih sudah menjadi pendengar yang baik ketika penulis merasa jenuh akan skripsi dan terima kasih atas semua pengorbanan yang telah diberikan selama ini kepada penulis juga dukungan yang tiada henti sehingga penulis semangat menyelesaikan skripsi.
8. Teman seperjuangan penulis dan teman satu bimbingan yang selalu membantu, memberikan semangat dan motivasi penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
9. Pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas semua doa, bantuan, saran, serta motivasi yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna baik dari segi materi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menambah

pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 16 Februari 2021



Muhammad Biaggi Julian



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	11
C. Tujuan Dan Kontribusi Penelitian	11
1. Tujuan penelitian	11
2. Kontribusi penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	12
1. Manfaat Teoritis	12
2. Manfaat Praktis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	14
A. Tinjauan pustaka	14
1. Manajemen pemasaran	14
2. Konsep Pemasaran	17
3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	19
4. Kualitas Produk	22
5. Harga	24
6. Promosi	27
7. Keputusan Pembelian	29
8. Penelitian Terdahulu	33
B. Rerangka Pemikiran	38
C. Hipotesis Penelitian	38
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	39
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	39
3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Waktu dan Tempat Penelitian	42
1. Waktu Penelitian	42
2. Tempat Penelitian	42
B. Desain Penelitian	42

C. Definisi dan Operasional Variabel	43
1. Definisi Variabel	43
2. Operasionalisasi Variabel	44
D. Skala Pengukuran Variabel	47
E. Populasi dan Sampel Penelitian	48
1. Populasi	48
2. Sampel	49
F. Teknik Pengumpulan Data	50
G. Metode Analisis Data	51
H. Statistik Deskriptif	52
I. Uji Kualitas Instrumen	52
J. Uji Asumsi Klasik	53
K. Pengujian	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	58
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	58
B. Deskripsi Responden	60
C. Hasil Statistik Deskriptif	61
D. Hasil Uji Kualitas Data	66
1. Hasil Uji Validitas	66
2. Hasil Uji Reabilitas Data	68
E. Uji Asumsi Klasik	69
1. Uji Normalitas	69
2. Hasil Uji Multikolinearitas	72
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	73
F. Hasil Uji Hipotesis	74
1. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	74
2. Hasil Uji Statistik Parameter Individual (Uji Statistik t)	75
3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji <i>Adjusted R²</i>)	76
4. Hasil Uji Analisis Linear Berganda	77
G. Pembahasan	80
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	80
2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	80
3. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	81
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	83
A. Simpulan	83
B. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tren Market Share Sepeda Motor Di Indonesia	3
Tabel 1. 2 Data Penjualan Dan Daftar Harga Motor.....	4
Tabel 1. 3 Hasil Pra Survei	6
Tabel 2. 1 Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	45
Tabel 3. 2 Skala Likert Instrumen.....	48
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden.....	60
Tabel 4. 2 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	61
Tabel 4. 3 Statistik Deskriptif Variabel Harga.....	63
Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif Variabel Promosi	64
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	65
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas – Kualitas Produk.....	66
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas – Harga.....	67
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas - Promosi	67
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas – Keputusan Pembelian.....	68
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reabilitas	68
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas	70
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	70
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Glejser).....	74
Tabel 4. 14 Hasil Uji Statistik F.....	75
Tabel 4. 15 Hasil Uji Statistik T.....	75
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	77
Tabel 4. 17 Hasil Uji Analisis Linear Berganda	78

MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Rerangka Pemikiran	38
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	71
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	71
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot).....	73



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER.....	94
SURAT PENGANTAR KUESIONER.....	95
PROFIL RESPONDEN	96
LAMPIRAN II TABULASI PENELITIAN	100
LAMPIRAN III OLAH DATA.....	112
1. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	112
2. Hasil Uji Validitas.....	112
3. Hasil Uji Reliabilitas.....	116
4. Hasil Uji Normalitas	116
5. Hasil Uji Multikolinearitas.....	118
6. Hasil Uji Heteroskedastisitas	118
7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	119
8. Hasil Uji Statistik Parameter Individual (Uji Statistik t)	119
9. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik f).....	120
10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji Adjusted R2).....	121



UNIVERSITAS
MERCU BUANA