

**PENGARUH HARGA KOMPETITIF, STRATEGI PROMOSI,
DAN MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR HONDA BEAT DI KOTA TANGERANG**

SKRIPSI



Nama : Widya Nurul Kemala

NIM : 43120120088

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

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

2024

**PENGARUH HARGA KOMPETITIF, STRATEGI PROMOSI,
DAN MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR HONDA BEAT DI KOTA TANGERANG**

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



Nama : Widya Nurul Kemala

NIM : 43120120088

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

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

2024

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Widya Nurul Kemala

NIM : 43120120088

Program Studi : Manajemen S1

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 dikenakan sanksi pembatalan Skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 9 Januari 2025



Widya Nurul Kemala

NIM : 43120120088

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Widya Nurul Kemala
NIM : 43120120088
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH HARGA KOMPETITIF, STRATEGI PROMOSI, DAN
MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA
MOTOR HONDA BEAT DI KOTA TANGERANG
Tanggal Sidang : 16 Desember 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Hamdan, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA

Dudi Permana, Ph.D

LPTA-01254655



Scan QR or [click here](#) to
Verification

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Harga Kompetitif, Strategi Promosi, dan Motivasi terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda Beat di Kota Tangerang. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berada di Kota Tangerang. Sample yang dipergunakan sebanyak 125 responden, dengan metode pengumpulan data menggunakan metode survei, dengan instrumen penelitian berupa kuesioner. Metode analisis data menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) menggunakan perangkat lunak *Partial Least Square* (SmartPLS versi 3.2.9). Hasil yang didapatkan bahwa Harga kompetitif berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, Strategi Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Harga Kompetitif, Strategi Promosi, Motivasi, Keputusan Pembelian



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This research aims to test and analyze the influence of Competitive Prices, Promotional Strategies, and Motivation on purchasing decisions for Honda Beat Motorbikes in Tangerang City. The population in this research are consumers in Tangerang City. The sample used was 125 respondents, with data collection methods using survey methods, with research instruments in the form of questionnaires. The data analysis method uses Structural Equation Model (SEM) using Partial Least Square software (SmartPLS version 3.2.9). The results obtained were that competitive prices had a positive and insignificant effect on purchasing decisions, Promotion Strategy had a positive and significant effect on purchasing decisions, and Motivation had a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Competitive Prices, Promotion Strategy, Motivation, Purchasing Decisions



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga Kompetitif, Startegi Promosi, dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat di Kota Tangerang”** tepat pada waktunya. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih atas segala bantuan, bimbingan, dan dukungan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

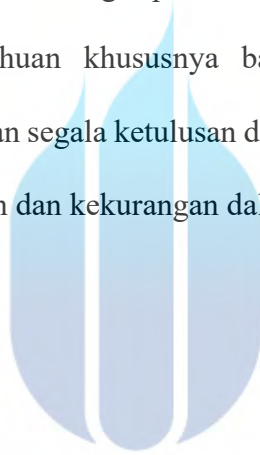
Penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sangat besar kepada Bapak Hamdan, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, dan telah memberikan masukan agar penelitian ini menjadi lebih baik dan dapat terselesaikan tepat pada waktunya, dan penulis juga berterimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, terutama kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana..
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Eri Marlapa, SE., MM selaku Dosen Penguji 1.
5. Ibu Dr. Catur Widayati, MM selaku Dosen Penguji 2.
6. Seluruh jajaran Dosen dan Staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
7. Kepada kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, motivasi, nasihat, serta doa yang tiada henti setiap harinya sampai pada hari ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, kasih sayang yang tidak dapat terbalaskan semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan kepada beliau.
8. Kepada sahabat seperjuangan Tri Jayanti, Azzah Dahlia, dan Priska Ayu Wardani yang telah menjadi tempat berbagi cerita, suka, dan duka selama menjalani masa perkuliahan ini.
9. Kepada sahabat tersayang diluar kampus Anggie Tania, Silvia Damayanti, Gina Andiana dan Novia Aqillah, yang selalu mendukung, membantu dan memberikan semangat tiada henti dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan oleh penulis secara satu persatu yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini, semoga kebaikan kalian dibalas oleh Allah SWT.
11. Kepada Widya, ya! diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai.

Terimakasih karna terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah. Terimakasih sudah bertahan dan berhasil melalui segala proses dalam menyelesaikan skripsi ini.

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. Semoga skripsi 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 kelemahan dan kekurangan dalam skripsi ini



Jakarta, 16 Desember 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Widya Nurul Kemala

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Kontribusi Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	15
A. Kajian Pustaka.....	15
1. Manajemen Pemasaran.....	15
a. Definisi Manajemen Pemasaran	15
b. Tujuan Manajemen Pemasaran	16
c. Bauran Pemasaran.....	17
2. Perilaku Konsumen	18
a. Pengertian Prilaku Konsumen	18
b. Faktor-faktor Perilaku Konsumen	19
3. Harga Kompetitif.....	20
a. Pengertian Harga Kompetitif.....	20

b.	Dimensi dan Indikator Harga Kompetitif	21
4.	Strategi Promosi	22
a.	Pengertian Strategi Promosi.....	22
b.	Dimensi dan Indikator Strategi Promosi.....	23
5.	Motivasi.....	25
a.	Pengertian Motivasi	25
b.	Dimensi dan Indikator Motivasi	26
6.	Keputusan Pembelian	27
a.	Pengertian Keputusan Pembelian	27
b.	Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	28
B.	Penelitian Terdahulu.....	30
C.	Pengembangan Hipotesis	36
1.	Pengaruh Harga Kompetitif Terhadap Keputusan Pembelian.....	36
2.	Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	36
3.	Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	37
D.	Kerangka Penelitian	37
E.	Hipotesis Penelitian.....	38
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	40
A.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	40
1.	Waktu Penelitian.....	40
2.	Tempat Penelitian.....	40
B.	Desain Penelitian.....	41
C.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	41
1.	Definisi Variabel.....	41
a.	Variabel Terikat (Dependent Variabel).....	42
b.	Variabel Bebas (Independent Variabel).....	42
2.	Operasionalisasi Variabel	42
D.	Skala Pengukuran.....	45
E.	Populasi dan Sampel Penelitian	46
1.	Populasi	46
2.	Sampel.....	46
F.	Metode Pengumpulan Data	48

G. Metode Analisis Data	48
1. Analisis Deskriptif.....	49
a. Deskripsi Responden	49
b. Deskripsi Variabel.....	49
2. Analisis PLS (<i>Partial Least Square</i>)	50
a. Pengertian Partial Least Square	50
b. Menguji Model Pengukuran (Outer Model)	51
c. Menguji Model Pengukuran (Inner Model).....	53
d. Pengujian Hipotesis	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	55
B. Statistik Deskriptif	56
1. Deskriptif Responden	56
a. Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
b. Deskriptif Responden Berdasarkan Usia	56
c. Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
d. Deskriptif Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	58
2. Deskriptif Variabel.....	59
a. Variabel Harga Kompetitif (X1)	59
b. Variabel Strategi Promosi (X2).....	60
c. Variabel Motivasi (X3)	61
d. Keputusan Pembelian (Y).....	62
C. Hasil Analisis Data Partial Least Square (PLS)	63
1. Evaluasi Measurement (Outer Model)	63
a. Convergent Validity	63
b. Discriminant Validity	66
c. Average Variance Extracted (AVE).....	68
d. Composite Reliability	69
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (Inner Model).....	69
a. Nilai R-Square	69
b. Nilai Q-Square	70
3. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur).....	70

D. Pembahasan Hasil Penelitian	72
1. Pengaruh Harga Kompetitif Terhadap Keputusan Pembelian.....	72
2. Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	73
3. Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN.....	89



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Sepeda Motor di Indonesia Pada Semester Pertama Tahun 2024.....	4
Tabel 1. 2 Tabel Kuesioner Pra-Survei.....	11
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	43
Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert	46
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	56
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	56
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden	57
Tabel 4. 4 Pendapatan Perbulan Responden	58
Tabel 4. 5 Deskriptif Jawaban Responden Variabel Harga Kompetitif.....	59
Tabel 4. 6 Deskriptif Jawaban Responden Variabel Strategi Promosi	60
Tabel 4. 7 Deskriptif Jawaban Responden Variabel Motivasi.....	61
Tabel 4. 8 Deskriptif Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	62
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Convergent Validity	65
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross Loading)	66
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Fornell Larcker Critetion) ...	68
Tabel 4. 12 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	68
Tabel 4. 13 Hasil Uji Crombach's Alpha dan Composite Reliability	69
Tabel 4. 14 Hasil Uji Nilai R-Square	69
Tabel 4. 15 Hasil Uji Nilai Q-Square	70
Tabel 4. 16 Hasil Uji Hipotesis	70

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penjualan Sepeda Motor Tahun 2023.....	2
Gambar 1. 2 Penjualan Motor Berdasarkan Kategori	3
Gambar 1. 3 Penjualan Motor Berdasarkan Tipe Di Kota Tangerang	5
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	38
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS	64
Gambar 4. 2 Hasil Algoritma PLS	64
Gambar 4. 3 Hasil Uji Bootstrapping.....	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pra Survey.....	89
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	91
Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden	96
Lampiran 4 Hasil Analisis Deskripsi Responden.....	109
Lampiran 5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Jawaban Responden.....	112
Lampiran 6 Hasil Pengujian Model Pengukuran (Outer Model).....	114
Lampiran 7 Hasil Pengujian Model Structural/ Uji Hipotesis (Inner Model).....	116



UNIVERSITAS
MERCU BUANA