

**ANALISIS PROMOSI, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA
MOTOR YAMAHA DI BINTARO TANGERANG SELATAN**

SKRIPSI



Nama : Rully Choiril Azwar

NIM : 43120010076

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA**

2024

ANALISIS PROMOSI, PESEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA DI BINTARO TANGERANG SELATAN

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



Nama : Rully Choiril Azwar

NIM : 43120010076

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

2024

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rully Choril Azwar

NIM : 43120010076

Program Studi : S1 - MANAJEMEN

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencatumkan 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, 21 Januari 2025



Rully Choiril Azwar

NIM : 43120010076

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rully Choiril Azwar
NIM : 43120010076
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Promosi, Pesepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Di Bintaro Tangerang Selatan
Tanggal Sidang : 18 Desember 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Adi Nurmahdi, MBA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-01254658



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

ABSTRAK

Kebutuhan masyarakat akan sepeda motor yang meningkat menjadikan tingkat persaingan dalam industri otomotif khususnya sepeda motor menjadi semakin ketat. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya merek-merek sepeda motor yang bermunculan untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Analisis Promosi, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Di Bintaro Tangerang Selatan”. Dari penelitian ini variabel independen terdiri dari Promosi, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk, dan variabel dependennya Keputusan Pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli Sepeda Motor Yamaha di Bintaro Tangerang Selatan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji outer model (*Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, *Composite Reliability*, *Cronbach's Alpha*), uji inner model (*R-Square*, *Goodness of Fit Model*) Data dikumpulkan dengan membagikan kuisioner kepada konsumen dan diolah menggunakan program Smart PLS 4.0. Hasil dari penelitian ini adalah Promosi Diterima berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, Persepsi Harga Diterima berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan Kualitas Produk Diterima berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Promosi, Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

The increasing public demand for motorcycles has made the level of competition in the automotive industry, especially motorcycles, increasingly tight. This can be seen from the many motorcycle brands that have emerged to meet the needs of consumers. This study aims to determine "Analysis of Promotion, Price Perception, and Product Quality on Yamaha Motorcycle Purchasing Decisions in Bintaro, South Tangerang". From this study, the independent variables consist of Promotion, Price Perception, and Product Quality, and the dependent variable is Purchase Decisions. The population in this study were consumers who had purchased Yamaha Motorcycles in Bintaro, South Tangerang. The analysis techniques used in this study include the outer model test (Convergent Validity, Discriminant Validity, Composite Reliability, Cronbach's Alpha), the inner model test (R-Square, Goodness of Fit Model) Data were collected by distributing questionnaires to consumers and processed using the Smart PLS 4.0 program. The results of this study are Promotio Accepted has a positive and significant effect on purchasing decisions, Price Perception Accepted has a positive and significant effect on purchasing decisions, and Product Quality Accepted has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Promotion, Price Perception, Product Quality, and Purchase Decision yamaha motorcycle



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Analisis Promosi, Pesepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Di Bintaro Tangerang Selatan”**. Proposal Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan Proposal Skripsi ini tidak lepas dari bimbingan Bapak Dr. Adi Nurmahdi MBA, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini. , bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Proposal Skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof Dr. Andi Andriansyah, 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 S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

4. Bapak Ali Hanafiah, SE, MM, DBA, selaku Dosen Mata Kuliah Metodologi Penelitian Pemasaran yang memberikan arahan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Para dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.
6. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
7. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Untuk Teman-teman dekat saya, Faturrahman Thoriq, Darrel Annabawi, Rangga Praditya, dan Vikri Leo, yang telah membantu dan menghibur saya selama menjalani skripsi ini, Serta seluruh teman – teman Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMB angkatan 2020 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan

dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, Juni 2023

Rully Choiril Azwar



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kontribusi Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
A. Kajian Pustaka	10
1. Manajemen Pemasaran	10
2. Perilaku Konsumen	11
3. Keputusan Pembelian	12
a. Definisi Keputusan Pembelian	12
b. Faktor-faktor Keputusan Pembelian	13
c. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	14
4. Promosi	15
a. Pengertian Promosi	15
b. Dimensi dan Indikator Promosi	16
5. Persepsi Harga	16
a. Pengertian Persepsi Harga	16
b. Dimensi dan Indikator Persepsi Harga	18
6. Kualitas produk	19

a.	Pengertian kualitas produk	19
b.	Dimensi dan Indikator Kualitas Produk	19
B.	Penelitian terdahulu	20
C.	Pengembangan Hipotesis	25
1.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	26
3.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	26
D.	Kerangka Konseptual	27
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	29
A.	Waktu dan Tempat Penelitian	29
B.	Desain Penelitian	29
C.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	29
1.	Definisi Variabel	30
2.	Operasionalisasi Variabel	31
D.	Skala pengukuran	34
E.	Populasi dan Sampel Penelitian	34
1.	Populasi	34
2.	Sampel	35
F.	Metode Pengumpulan Data	36
G.	Metode Analisis Data	37
1.	Analisis Deskriptif	37
2.	Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS)	37
a.	Evaluasi Measurement (Outer Model)	38
b.	Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	40
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	42
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	42
B.	Statistik Deskriptif	42
1.	Deskripsi Responden	43
2.	Deskripsi Variabel	45
C.	Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS)	48
1.	Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	48
2.	Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Inner Model</i>)	56

D. Pembahasan Hasil Penelitian	60
1. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan pembelian	60
2. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan pembelian	61
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	63
A. KESIMPULAN	63
B. SARAN	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	68



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1. 1	Data Penjualan Motor Di Indonesia Tahun 2019-2021	2
1. 2	Hasil Pra Survei	5
2. 1	Penelitian Terdahulu	20
3. 1	Operasional Variabel	32
3. 2	Tabel Tingkatan Penilaian Skala Likert	34
4. 1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4. 2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	43
4. 3	Deskripsi Pendapatan Responden	44
4. 4	Analisis Deskriptif Promosi	45
4. 5	Analisis Deskriptif Harga	46
4. 6	Analisis Deskriptif Kualitas Produk	46
4. 7	Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	47
4. 8	Hasil Pengujian Convergent Validity	50
4. 9	Hasil Pengujian Convergent Validity (Modifikasi)	52
4. 10	Nilai Average Variance Extracted	53
4. 11	Hasil Discriminant Validity (Cross Loading)	54
4. 12	Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion)	55
4. 13	Hasil Pengujian Composite Reliability	56
4. 14	Hasil pengujian R-Square	57
4. 15	Nilai Q-Square (GOF)	57
4. 16	Hasil Uji Nilai Effect Size (F2)	58
4. 17	Hasil Uji Hipotesis (Bootstrapping)	60

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2. 1	Model Kerangka Konseptual	27
4. 1	Hasil Algorithm PLS	49
4. 2	Hasil PLS-SEM Algorithm (Setelah Modifikasi)	51
4. 3	Hasil Uji Hipotesis (Bootstrapping)	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	68
2	Jawaban Responden	73
3	Hasil Deskripsi Responden	86
4	Hasil Deskripsi Variabel	87
5	Hasil Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)	88
6	Hasil Pengujian Model Pengukuran (Inner Model)	92
7	Pernyataan Pengecekan Plagiasi Karya Ilmiah	95

