

# SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK  
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN HONDA BEAT PADA CV FORTUNA  
MOTORINDO DIPONEGORO SURABAYA



Oleh :

**RENDY SATRIA NUGRAHA**  
**NBI : 211307689**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2018

**PENGARUH KUALITAS PRODUK  
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN HONDA BEAT PADA CV FORTUNA  
MOTORINDO DIPONEGORO SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik  
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata – 1



**Oleh :**  
**Rendy Satria Nugraha**  
**211307689**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2018**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK  
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN HONDA BEAT PADA CV FORTUNA  
MOTORINDO DIPONEGORO SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik  
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata – 1



**Oleh :**  
**Rendy Satria Nugraha**  
**211307689**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2018**

## **TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

**NAMA : RENDY SATRIA NUGRAHA**

**NBI : 211307689**

**JUDUL : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
HONDA BEAT PADA CV FORTUNA MOTORINDO  
DIPONEGORO SURABAYA**

**Surabaya, 13 Februari 2018**

**Mengetahui / Menyetujui  
Pembimbing,**



**Drs. Ec. Ida Bagus Cempena, MM.**

## **TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

**Dipertahankan di Depan Dewan Pengaji Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Dan Diterima Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1**

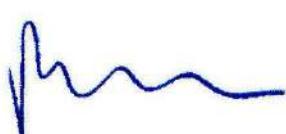
**Pada Tanggal: 13 Februari 2018**

**Dewan Pengaji:**

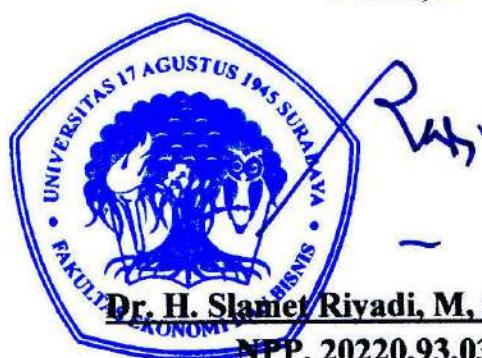


1. Drs. Ec. Ida Bagus Cempena, MM. (Ketua) : .....

2. Dra. Ec. Endah Budiarti, M.Si. (Anggota) : 

3. Drg. Pramita Studiviany, MM. (Anggota) : 

**Mengesahkan,  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Dekan, ~**



## **HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PENJIPLAKAN**

NAMA : RENDY SATRIA NUGRAHA  
NBI : 211307689  
PROGRAM STUDI : EKONOMI DAN BISNIS

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi dengan judul "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA BEAT PADA CV FORTUNA MOTORINDO DIPONEGORO SURABAYA" tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang sepengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan daftar Pustaka

Surabaya, 13 Februari 2018



211307689



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
Jl. Semolowaru 45 Surabaya  
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)  
Email : [perpus@untag-sby.ac.id](mailto:perpus@untag-sby.ac.id)

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rendy Satria Nugraha  
NBI : 211307689  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Nonekslusif (Nonexclusive)** karya ilmiah saya yang berjudul:

**"PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA BEAT PADA CV FORTUNA  
MOTORINDO DIPONEGORO SURABAYA"**

Dengan **Hak Bebas Royalti Nonekslusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal : 13 Februari 2018

Yang Menvatakan.



## **KATA PENGANTAR**

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal dengan judul “pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian Honda beat pada CV fortuna motorindo Diponegoro Surabaya Penulisan ini merupakan bagian dari tugas akhir yang wajib diselesaikan oleh mahasiswa yang diajukan untuk memenuhi persyaratan guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Dalam kesempatan ini pula penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu hingga terselesaikannya Skripsi ini, yaitu kepada :

1. Dr.Mulyanto Nugroho, MM.,CMA.,CPAI Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Dr.H.Slamet Riyadi, Msi.,Ak.,CA Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Dra. Ec.Ulfie Pristiana MS.,selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Drs. Ec. Ib. Cempena, MM selaku Dosen Pembimbing yang membantu dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan bekal dan pengetahuan kepada penulis.
6. Bapak dan Ibu Staff Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang juga ikut membantu penulis menyelesaikan Skripsi.
7. Ibu dan Ayah tercinta, yang selalu memberi doa, semangat dan dorongan tidak hanya selama proses skripsi, tapi semenjak aku terlahir didunia. Aku akan selalu memberikan usaha terbaikku untuk membuat bapak dan ibu bahagia.
8. Terima kasih penulis ucapkan pada semua pihak yang sudah membantu penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih jauh dari sempurna, tetapi penulis telah berupaya untuk membuat sebaik mungkin dan penulis berharap semoga tulisan ini memberikan manfaat bagi pembaca. Aamiin

Surabaya, 13 Februari 2018

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>TANDA PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PENJIPLAKKAN...</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Tujuan Penilitian .....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori.....	5
2.1.1 Pemasaran.....	5
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran.....	5
2.1.1.2 Pengertian Managemen Pemasaran .....	5
2.1.1.3 Konsep Pemasaran.....	6
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	7
2.1.3 Produk .....	8
2.1.3.1 Pengertian Produk .....	8
2.1.3.2 Klasifikasi Produk .....	9
2.1.4 Kualitas Produk .....	9

2.1.4.1 Pengertian Kualitas Produk .....	9
2.1.4.2 Dimensi Kualitas Produk.....	10
2.1.5 Harga .....	10
2.1.5.1 Pengertian Harga .....	10
2.1.5.2 Persepsi Harga.....	11
2.1.5.3 Kebijakan Penetapan Harga.....	12
2.1.5.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kebijakan Penetapan Harga .....	12
2.1.6 Keputusan Pembelian .....	13
2.1.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	13
2.1.6.2 Tahap-Tahap Keputusan Pembelian .....	13
2.1.7 Hubungan Antar Variabel .....	15
2.1.7.1 Hubungan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian	15
2.1.7.2 Hubungan Persepsi Harga Dengan Keputusan Pembelian.	16
2.1.8 Hasil Penelitian Terdahulu.....	17
2.1.9 Kerangka Konseptual .....	18
2.2 Hipotesis .....	18
<b>BAB III METODE PENILITIAN</b>	
3.1 Desain Penilitian .....	21
3.2 Tempat dan Waktu .....	22
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	22
3.4 Populasi dan Sampel .....	23
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	24
3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional.....	25
3.7 Proses Pengolahan Data .....	27
3.8 Uji Instrument .....	27
3.9 Asumsi Klasik .....	28
3.10 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	29

## **BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

4.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	35
4.2 Tujuan Perusahaan .....	35
4.3 Struktur Organisasi .....	35
4.4 Aktifitas Perusahaan.....	38
4.5 Cara Mencari Konsumen.....	38
4.6 Cara Melakukan Proses Pemesanan .....	38
4.7 Keputusan Pembelian.....	39
4.8 Pengiriman Pesanan .....	39
4.9 Garansi Produk.....	39

## **BAB V HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

5.1 Hasil Analisis .....	43
5.1.1 Gambaran Umum Subyek Penelitian .....	43
5.1.2 Deskriptif Hasil Penelitian.....	45
5.2 Analisis Data.....	49
5.2.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	49
5.2.2 Asumsi Klasik .....	53
5.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	55
5.2.4 Pengujian Hipotesis .....	56
5.2.4.1 Pengujian Secara Simultan .....	56
5.2.4.2 Pengujian Secara Partial .....	58
5.3 Pembahasan.....	60
5.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	60
5.3.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	61
5.3.3 Pengaruh Dominan Terhadap Keputusan Pembelian .....	62

## **BAB VI PENUTUP**

6.1 Simpulan .....	63
6.2 Saran .....	64

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>67</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Mapping Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 3.1 Kelas Interval .....	27
Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	45
Tabel 5.4 Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk .....	46
Tabel 5.5 Tanggapan Responden Tentang Persepsi Harga.....	47
Tabel 5.6 Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian .....	48
Tabel 5.7 Uji Validitas Variabel Kualitas.....	50
Tabel 5.8 Uji Validitas Variabel Persepsi Harga.....	50
Tabel 5.9 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	51
Tabel 5.10 Nilai <i>Alpha Cronbach</i> Masing-Masing Variabel .....	52
Tabel 5.11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	53
Tabel 5.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	55
Tabel 5.13 Anova.....	56
Tabel 5.14 Model Summary.....	57
Tabel 5.15 Hasil Perolehan Tingkat Signifikan.....	58
Tabel 5.16 Koefisien Korelasi dan Determinasi Parsial .....	59

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Pengambilan Keputusan Konsumen .....	14
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual .....	18
Gambar 4.1 Struktur Organisasi .....	36
Gambar 5.1 Grafik Pengujian Normalitas Data.....	53
Gambar 5.2 Heteroskedastisitas pada Regresi Linier Berganda .....	54

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuisioner .....	67
Lampiran 2 Tabulasi Hasil Kuesioner .....	70
Lampiran 3 Profil Responden.....	78
Lampiran 4 Tanggapan Responden .....	79
Lampiran 5 Tabel <i>Regression</i> .....	81
Lampiran 6 Tabel Frekuensi.....	82
Lampiran 7 Surat Persetujuan Penelitian.....	84

## **ABSTRACT**

*Purchasing decisions are a social and managerial process by which individuals and groups obtain what they need and want. Buyers are influenced by information about products, prices, distribution and promotions as well as services, then consumers manage all this information and draw conclusions in the form of a response to buy.*

*The purpose of this study was to determine the effect of both simultaneously and partially between product quality and price perception on purchasing decisions for Honda Beat motorcycles. The population used is consumers who buy Honda Beat motorcycles at CV Fortuna Motorindo dealers on Diponegoro Street Surabaya. The sampling technique used accidental sampling with a sample of 100 people. While the analysis technique using multiple linear regression.*

*The results of the F test show that the effect of product quality (X1) and price perception (X2) on purchasing decisions (Y) is significant. This result is indicated by a significant level of 0.000 less than = 5%. The results of the t-test showed a significant level of product quality (X1) of 0.023 and perceived labor prices (X2) of 0.001 not exceeding = 5%. The condition shows that each variable has an effect on purchasing decisions.*

*Keywords:* Product Quality, Price Perception and Purchase Decision