

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR HONDA VARIO 150 CC
DI SURABAYA TIMUR**



Oleh :

TITI MURTININGSIH

NBI : 1211426006

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2018**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR HONDA VARIO 150 CC
DI SURABAYA TIMUR**



Oleh :

TITI MURTINGSIH

NBI : 1211426006

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2018**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR HONDA VARIO 150 CC
DI SURABAYA TIMUR**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen**

Oleh :

TITI MURTININGSIH

NBI : 1211426006

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2018**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI


Nama : Titi Murtiningsih

NBI : 1211426006

Prodi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario 150 CC Di Surabaya Timur

Surabaya, 11 Januari 2018
Mengetahui / Menyetujui
Pembimbing,



Drs. Ec. Rudy Santoso, MM.

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal : **25 Januari 2018**

TIM PENGUJI :

1. **Dr. Sigit Sardjono, M.Ec.**
2. **Drs. Ec. Rudy Santoso, MM**
3. **Dra. Ec. Erwin Dyah Astawinetu, MM.**

TANDA TANGAN

- Ketua : 
- Anggota : 
- Anggota : 

Mengesahkan
Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Dekan,


Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak. CA
NPP. 20220.93.0319

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Titi Murtiningsih

Agama : Islam

Alamat Rumah : Simo Pomahan Baru Gang III A No. 37 Surabaya

Dengan ini menyatakan Skripsi yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA VARIO 150 CC DI SURABAYA TIMUR

Adalah hasil kerja tulisan saya sendiri bukan hasil plagiat dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa artikel, skripsi, thesis ,maupun disertasi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika di kemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi yang kami tulis adalah hasil plagiat maka kami bersedia menerima sangsi. Dan saya bertanggung jawab secara mandiri tidak ada sangkut pautnya dengan dosen pembimbing dan kelembagaan Faktultas Ekonomi Untag Surabaya.

Surabaya, 11 Januari 2018

Yang membuat



Titi Murtiningsih

MOTTO

“Berdoalah kepada-ku, niscaya akan aku perkenankan bagimu.”
(QS. Ghafir: 60)

“Allah akan mengangkat (derajat) orang – orang yang beriman diantaramu dan orang – orang yang diberi ilmu beberapa derajat”
(QS. Al – Mujadalah: 11)

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada tuhanmulah engkau berharap”
(QS. Al- Insyirah :6-8)

Apabila seorang keturunan Adam meninggal dunia maka terputuslah amal ibadahnya kecuali tiga hal: Shadaqah jariah, ilmu yang bermanfaat, dan seorang anak sholih yang mendoakannya.
(HR.. Muslim)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran ALLAH SWT karena atas rahmat, taufik dan hidayah-Nya, serta tak lupa shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW sehingga penyusunan Skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario 150 CC di Surabaya Timur ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penulis juga berharap penulisan Skripsi ini nantinya dapat bermanfaat bagi pembaca sebagai media informasi dan juga referensi.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang turut membantu dalam penyusunan Skripsi ini, berkat bantuan, bimbingan dan kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada Bapak Drs. Ec Rudy Santoso selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan dan saran – saran yang sangat berharga kepada penulis selama penyusunan skripsi. Selanjutnya ucapan terimakasih penulis sampaikan 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 Manajemen Unifersitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Ibu Dra. Ec.I.A. Brahmayanti, MM selaku Wakil Dekan Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 yang memberikan dukungan dan semangat untuk segera menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Ibu Dra.Ec. Ulfi P.MSi selaku kaprodi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Bapak dan Ibu dosen program studi Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Staff TU, pegawai perpustakaan, dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah banyak memberikan bantuannya selama masa studi.
7. Ibu dan Bapak selaku orang tua ku tercinta yang menjadi motivasi terbesar saya selama ini, serta keluarga besar yang ada di Surabaya dan Padang yang banyak memberikan dukungan, semangat dan mendoakan keberhasilan selama menempuh pendidikan di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

8. Teman – teman mahasiswa Fakultas Ekonomi Program studi Manajemen, Ekonomi Bisnis dan Keuangan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah menjadi teman baik selama menempuh perkuliahan dan penyusunan skripsi hingga selesai.
9. Kepada seluruh responden yang telah bersedia bekerjasama meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner demi kelancaran penelitian dan penyusunan skripsi.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penulisan skripsi.
Akhirnya dengan kerendahan hati penulis menyadari mungkin masih terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, sehingga penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Surabaya, 25 Januari 2018
Penulis,

Titi Murtiningsih
1211416006

RINGKASAN

Perkembangan ekonomi di Indonesia ikut berperan terhadap semakin maraknya industri otomotif seperti sepeda motor. Pesatnya industri motor di Indonesia dipengaruhi oleh masuknya sejumlah produsen sepeda motor baik dari Cina maupun Jepang. Produsen berlomba-lomba untuk menciptakan produk yang berkualitas dan menciptakan inovasi-inovasi baru. Hingga saat ini sepeda motor Honda Vario 150CC menjadi pilihan utama bagi masyarakat Indonesia karena berbagai macam keunggulan yang dimilikinya, yaitu memberikan layanan penjualan langsung kepada konsumen yang membeli sepeda motor Honda vario 150CC melalui Dealer yang tersebar di tempat-tempat staregis untuk menarik minat beli konsumen. Sepeda motor Honda Vario 150CC juga menerima system pembayaran secara berjangka dan konsumen berhak memilih jangka waktu pembayaran sesuai uang muka yang telah ditentukan. Selain itu, dalam menarik keputusan pembelian sepeda motor Honda vario 150 CC perlu memperhatikan kualitas produk, persepsi harga dan promosi. Tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan dan menganalisis kualitas produk, persepsi harga, dan promosi berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario 150CC di Surabaya Timur.

Jenis penelitian ini termasuk penelitian riset *explatory* dengan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian adalah pemilik sepeda motor yang memiliki dan menggunakan produk Honda Vario 150 CC sebanyak 60 orang dengan teknik penentuan sampling yaitu *sampling insidental*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan teknik pengukuran skala *likert*. Analisa data menggunakan regresi linier berganda.

Berdasarkan analisis koefisien korelasi (R) sebesar 0.843. Hal ini berarti menunjukkan adanya hubungan yang kuat dan searah antara variabel kualitas produk, persepsi harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda vario 150 cc di Surabaya Timur. Sedangkan untuk koefisien determinasi (R^2) yang menunjukkan nilai sebesar 0.710. Hal ini berarti bahwa variabel kualitas produk, persepsi harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda vario 150 cc di Surabaya timur sebesar 71.0 % dan sisanya 29.0% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel penelitian. Hasil regresi menunjukkan bahwa $KPB = 0.732 + 0.375 KP + 0.251 PH + 0.297 PM$. Sedangkan hasil uji F menunjukkan nilai Fhitung sebesar 45.735. Karena nilai F hitung > F tabel (45.735 > 2.77) artinya kualitas produk, persepsi harga, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda vario 150 cc di Surabaya Timur.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Economic development in Indonesia contributes to the increasingly widespread automotive industry such as motorcycles. The rapidity of the motor industry in Indonesia is influenced by the inclusion of a number of motorcycle manufacturers both from China and Japan. Manufacturers are competing to create quality products and create new innovations. Until now, Honda Vario 150CC motorcycle becomes the main choice for the people of Indonesia because of various kinds of keunggulan it has, namely to provide direct sales services to consumers who buy Honda motorcycles vario 150CC through Dealers scattered in places staregis to attract consumer buying interest. Honda Vario 150CC motorcycles also accept payment system in futures and the consumer is entitled to choose the payment period according to the predetermined down payment. In addition, in deciding the purchase of Honda motorcycles vario 150CC need to pay attention to product quality, price perception and promotion. The purpose of this study is to prove and analyze product quality, price perception, and promotion partially and simultaneously influence the purchase decision of Honda Vario 150CC motorcycles in East Surabaya.

This research type includes explatory research research with quantitative approach. The sample in this research is the owner of the motorcycle that owns and uses Honda Vario 150 CC as many as 60 people with sampling technique that is incidental sampling. Methods of data collection using questionnaires with likert scale measurement techniques. Data analysis using multiple linear regression.

Based on analysis of correlation coefficient (R) of 0.843. This means showing a strong and unidirectional relationship between product quality variables, price perception, and promotion of purchasing decision of honda vario 150 cc motorcycle in East Surabaya. As for the coefficient of determination (R²) which shows the value of 0.710. This means that the variable of product quality, price perception, and promotion on purchasing decision of honda vario 150 cc motorcycle in east Surabaya is 71.0% and the remaining 29.0% is influenced by other factors outside the research variables. Regression results show that $KPB = 0.732 + 0.375 KP + 0.251 PH + 0.297 PM$. While the results of the F test shows the value of Fcount of 45,735. Because the value of F arithmetic > F table ($45.735 > 2.77$) means product quality, price perception, and promotion affect simultaneously to the purchase decision of honda vario 150 cc motorcycles in East Surabaya.

Keywords: Product Quality, Price Perception, Promotion, Purchase Decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR	viii
RINGKASAN	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	2
1.3. Tujuan Penelitian	2
1.4. Manfaat Penelitian	2
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	4
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	4
2.1.2. Strategi Pemasaran	4
2.1.3. Bauran Pemasaran	6
2.1.4. Produk.....	7
2.1.4.1. Pengertian Produk	7
2.1.5. Kualitas Produk.....	7
2.1.5.1. Dimensi Kualitas Produk	8
2.1.6. Persepsi Harga.....	9
2.1.6.1. Pengertian Persepsi Harga	9
2.1.6.2. Tujuan Penetapan Harga	10
2.1.7. Promosi	11
2.1.7.1. Pengertian Promosi	11
2.1.7.2. Jenis – Jenis Promosi	11
2.1.8. Perilaku Konsumen	13

2.1.8.1.	Pengertian Perilaku Konsumen	13
2.1.8.2.	Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	13
2.1.9.	Keputusan Pembelian.....	15
2.1.9.1.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	15
2.1.9.2.	Proses Keputusan Pembelian	17
2.2.	Hubungan Antar Variabel	20
2.2.1.	Hubungan antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	20
2.2.2.	Hubungan antara Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.2.3.	Hubungan antara Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.3.	Peneliti Terdahulu.....	22
2.4.	Kerangka Konseptual	23
2.5.	Hipotesis	24

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.	Desain Penelitian	25
3.2.	Tempat dan Waktu	25
3.3.	Sumber dan Jenis Data.....	25
3.3.1.	Jenis Data.....	25
3.3.2.	Sumber Data	26
3.4.	Populasi dan Sampel	26
3.4.1.	Populasi.....	26
3.4.2.	Sampel	27
3.5.	Teknik Penarikan Sampel	27
3.5.1.	Sampel Penelitian.....	27
3.6.	Metode Pengumpulan Data	28
3.7.	Definisi Variabel dan Definisi Operasional	28
3.7.1.	Devinisi Variabel	28
3.7.2.	Definisi Operasional	29
3.8.	Kerangka Konseptual atau Model Analisis	31
3.9.	Proses Pengolahan Data.....	32
3.10.	Metode Analisis Data.....	32
3.10.1.	Uji Validitas	33
3.10.2.	Uji Reabilitas	33

3.10.3.	Uji Asumsi Klasik	34
3.10.4.	Analisis Statistik Deskriptif.....	35
3.10.5.	Statistik Inferensial.....	36
3.10.5.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	36
3.10.5.2	Koefisien Korelasi Berganda.....	36
3.10.5.3	Koefisien Determinasi berganda	37
3.10.6.	Teknik Pengujian Hipotesis.....	37
3.10.5.4	Uji F (Uji Simultan)	37
3.10.5.5	Uji T (Uji Parsial)	38
BAB IV	KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN	
4.1.	Keadaan Umum Kota Surabaya	39
4.1.1.	Letak Geografis	39
4.1.2.	Perekonomian.....	40
4.1.3.	Aspek Pemerintahan.....	40
4.2.	Gambaran Umum PT. Astra Honda Motor	41
4.2.1.	Visi dan Misi	42
4.3.	Gambaran Umum Honda Vario 150 cc	42
BAB V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1.	Deskripsi Hasil Penelitian	47
5.1.1.	Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	47
5.1.2.	Deskripsi Jawaban Responden	50
5.2.	Uji Validitas dan Reliabilitas	55
5.2.1.	Uji Validitas	55
5.2.2.	Uji Reliabilitas	55
5.3.	Hasil Uji Asumsi Klasik	56
5.3.1.	Multikolinieritas.....	56
5.3.2.	Heterokedastisitas	57
5.3.3.	Uji Normalitas.....	57
5.3.4.	Uji Linearitas.....	58
5.3.5.	Uji Autokorelasi	58
5.3.6.	Koefisien Korelasi Berganda (R) dan Determinasi Berganda (R ²).....	59
5.4.	Uji Hipotesis	60
5.4.1.	Uji F (Uji Simultan)	60
5.4.2.	Uji t (Uji Parsial).....	61
5.5.	Analisis Data.....	62

5.5.1.	Regresi Linier Berganda	62
5.6.	Pembahasan	64
5.6.1.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Sepeda Motor Honda Vario 150 CC di Surabaya Timur	64
5.6.2.	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Sepeda Motor Honda Vario 150 CC di Surabaya Timur	64
5.6.3.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada produk Sepeda motor honda vario 150 CC di Surabaya Timur	65
5.6.4.	Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sepeda motor honda vario 150 CC di Surabaya Timur	66

BAB VI PENUTUP

6.1.	Kesimpulan	67
6.2.	Saran	67

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Pengambilan Keputusan Autokorelasi	35
Tabel 5.1 Deskripsi Usia Responden.....	47
Tabel 5.2 Deskripsi Jenis Kelamin Responden.....	48
Tabel 5.3 Deskripsi Pendidikan Responden	48
Tabel 5.4 Deskripsi Pekerjaan Responden.....	49
Tabel 5.5 Deskripsi Penghasilan Responden	49
Tabel 5.6 Interval Kelas	50
Tabel 5.7 Hasil Penilaian Rata-Rata Variabel Kualitas Produk (KP).....	51
Tabel 5.8 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Harga (X_2)	52
Tabel 5.9 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi (PM)	53
Tabel 5.10 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (KPB)	54
Tabel 5.11 Uji Validitas	55
Tabel 5.12 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 5.13 Nilai Variance Inflation Variabel Bebas	56
Tabel 5.14 Uji Heteroskedastisitas	57
Tabel 5.15 Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 5.16 Hasil Uji Linieritas	58
Tabel 5.17 Hasil Uji Autokorelasi	58
Tabel 5.18 Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	59
Tabel 5.19 Hasil Perhitungan Uji F	60
Tabel 5.20 Uji t	61
Tabel 5.21 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	63

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar	2.1 Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen	17
Gambar	2.2 Langkah – langkah Antara Evaluasi alternatif dan Keputusan Pembelian	19
Gambar	2.3 Kerangka Konseptual	23
Gambar	3.1 Kerangka Konseptual Penelitian	31
Gambar	4.1 Peta Kota Surabaya	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner
Lampiran 2	Data Penelitian
Lampiran 3	Statistik Deskriptif
Lampiran 4	Uji Validitas
Lampiran 5	Uji Reabilitas
Lampiran 6	Uji Asumsi Klasik
Lampiran 7	Analisis Regresi Linier Berganda
Lampiran 8	Nama Pemilik Sepeda Motor