

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DAIHATSU XENIA
PADA ASCO DAIHATSU DI KABUPATEN JEMBER**



Oleh :

FANDY RAHFSAN PRADANA

NBI : 1211408212

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

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DAIHATSU XENIA
PADA ASCO DAIHATSU DI KABUPATEN JEMBER**



Oleh :

FANDY RAHFSAN PRADANA

NBI : 1211408212

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

**PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DAIHATSU XENIA PADA
ASCO DAIHATSU DI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

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

Oleh :

FANDY RAHFSAN PRADANA

NBI : 1211408212

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2018

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

nama : **FANDY RAHFSAN PRADANA**
NPM : **1211408212**
Program Studi : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA,
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DAIHATSU
XENIA PADA ASCO DAIHATSU DI
KABUPATEN JEMBER**

Surabaya, 30 Januari 2018

Mengetahui/Menyetujui

Pembimbing,


Drs. Ec. Nono Soepriyadi, 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 : **06 Pebruari 2018**

TIM PENGUJI :

1. Dr. Nanis Susanti, MM

2. Drs. Ec. Nono Soepriyadi, MM

3. Dr. Tri Andjarwati, 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 : Fandy Rahfsan Pradana
NBI : 1211408212
Agama : Islam
Alamat Rumah : Perum. Tegal Besar Raya B/03 Kab. Jember

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :
**PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DAIHATSU XENIA
PADA ASCO DAIHATSU DI KABUPATEN JEMBER**

Adalah hasil kerja Tulisan saya sendiri bukan hasil plagiat dan Karya Tulis Ilmiah orang lain baik berupa Artikel; Skripsi; Thesis ataupun 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 sanksi. Dan saya bertanggung jawab secara mandiri tidak ada sangkut pautnya dengan Dosen pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Surabaya, 30 Januari 2018



Fandy Rahfsan Pradana

**PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya mahasiswa:

Nama : Fandy Rahfsan Pradana
Nomor Mahasiswa : 1211408212

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya memberikan kepada Badan Perpustakaan UNTAG Surabaya karya ilmiah saya yang berjudul :
PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAIHATSU XEMIA
PADA ASCO DAIHATSU DI KABUPATEN JEMBER

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada).

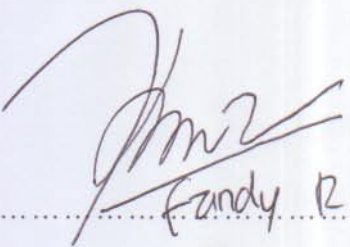
Dengan demikian saya memberikan kepada Badan Perpustakaan UNTAG Surabaya hak untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk media lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikannya di Internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya maupun memberikan royalti kepada saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Surabaya

Pada tanggal : 18 Juli 2010

Yang menyatakan


(.....Fandy R......)

MOTTO

Ada 3 kunci keberhasilan :

1. Man Jadda Wa jadda

(Siapa yang bersungguh – sungguh akan berhasil)

2. Man Shobaro Zafiro

(Siapa yang bersabar akan beruntung)

3. Man Saaro ‘Alaa Darbi Washola

(Siapa yang berjalan di jalur-Nya akan sampai)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen dalam jenjang Strata Satu Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang berjudul “ **PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DAIHATSU XENIA PADA ASCO DAIHATSU DI KABUPATEN JEMBER**”.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini bukanlah tujuan akhir dari beajar, karena beajar adalah sesuatu yang tidak terbatas. Penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan baiki isi, bahsa serta penulisannya. Hal ini disebabkan keterbatasan penulis dari segi ilmu pengetahuan, bahan atau data, dana dan waktu sehingga kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan tugas akhir ini.

Dalam menulis skripsi ini, penulis telah mendapatkan bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan motivasi, bimbingan, saran, serta dorongan moral baik secara langsung sampai terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, tak salah kiranya bila penulis menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Mulyanto Nugroho, MM, CMA, CPAI, selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Bapak Dr. Slamet Riyadi M.Si, Ak, CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Ibu Dra. Ec. I.A. Sri Brahmayanti, MM, selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dra. Ec. Ulfi Pristiana MS. selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Bapak Drs. Ec. Nono Soepriyadi, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran, nasehat serta bantuan bimbingan skripsi kepada peneliti sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Seluruh Dosen Staff dosen Jurusan Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjadi Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
7. Kedua orangtua saya tercinta, Papa Sugeng Umardani dan Mama Rita Magdalena serta Adik saya, Stienya Feby Safira Fansha, terima kasih yang tak terhingga atas doa, semangat, kasih sayang,

pengorbanan, ketulusannya dalam mendampingi penulis dan yang paling utam kepercayaannya terhadap penulis selama ini. Mereka adalah orang – orang yang menjadi alasan utama bagi saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin, karena kebanggan mereka adalah kebahagiaan saya.

8. Mega Wulandari, great woman, personal motivator, sang calon pendamping wisuda yang selalu memberikan dukungan dan semangat. Nasihat dan saran yang selalu ia berikan, “pukpuk” kata yang selalu diucapkannya ketika begitu banyak hambatan ketika pengerjaan tugas akhir ini yang membangkitkan semangat saya. *Thanks Kanjeng Putri for being who you are, and for being with me all this time.*
9. Team MUSKETEER, Aisyah, Sonia, Irma, Kholisotun, Safitri, Rosa, Holes, Wendy, Ridwan, Saadilah Razaqi, dan Ardian yang telah membantu penulis dalam pengerjaan data dan melakukan riset selama penelitian ini.

Terima kasih yang teramat besar saya sampaikan kepada kalian semua. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, Januari 2018

Penulis

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fandy Rahfsan Pradana
NBI : 1211408212
Agama : Islam
Alamat Rumah : Perum. Tegal Besar Raya B/03 Kab. Jember

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :
**PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DAIHATSU XENIA
PADA ASCO DAIHATSU DI KABUPATEN JEMBER**

Adalah hasil kerja Tulisan saya sendiri bukan hasil plagiat dan Karya Tulis Ilmiah orang lain baik berupa Artikel; Skripsi; Thesis ataupun 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 sanksi. Dan saya bertanggung jawab secara mandiri tidak ada sangkut pautnya dengan Dosen pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Surabaya, 2 Februari 2018

Fandy Rahfsan Pradana

***EFFECT OF PROMOTION, PRICE PERCEPTION AND QUALITY OF
PRODUCTS ON DECISION OF PURCHASE OF CAR DAIHATSU
XENIA AT ASCO DAIHATSU IN JEMBER REGENCY***

ABSTRACT

The era of development of science and technology that increasingly advanced this, causing the business competition conditions increasingly tight. This causes the company - perusahaan must have innovation and high creativity in order to create a competitive advantage in facing competitors - competitors that move in the same industry. This research was conducted with the aim to prove and analyze that promotion, price perception, and product quality have influence to decision of purchasing Daihatsu xenia car at ASCO Daihatsu in Jember Regency.

The type of data used in this study is quantitative. Population in this research is all car buyer Daihatsu Xenia at ASCO Daihatsu in Jember Regency. Meanwhile, samples taken as many as 100 respondents. Data collection was done by distributing questionnaires. Data analysis technique used is multiple linear regression analysis.

The results in this study show that: 1) There is influence Promotion of Daihatsu Xenia car purchase decision at ASCO Daihatsu in Jember District because $t_{count} > t_{table}$ ($6,009 > 1,98498$). 2) There is influence of Price Perception on Daihatsu Xenia car purchase decision at ASCO Daihatsu in Jember regency because $t_{count} > t_{table}$ ($9,951 > 1,98498$). 3) There is influence of product quality to Daihatsu Xenia car purchase decision at ASCO Daihatsu in Jember regency because $t_{count} > t_{table}$ ($2,461 > 1,98498$). 4) There is simultaneous influence between Promotion, Price Perception, and Product Quality on Purchasing Decision of Xenia car at ASCO Daihatsu in Jember Regency where the value of significance value is 0,000 smaller than 0.05.

Keywords: Promotion, Price Perception, Product Quality, and Prurchase Decision.

PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL XENIA PADA ASCO DAIHATSU DI KABUPATEN JEMBER

RINGKASAN

Era perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin maju ini, menyebabkan kondisi persaingan bisnis semakin ketat. Hal ini menyebabkan perusahaan – perusahaan harus memiliki inovasi dan kreativitas yang tinggi agar dapat menciptakan keunggulan kompetitif dalam menghadapi pesaing -pesaingnya yang bergerak di bidang industri yang sama. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk membuktikan dan menganalisis bahwa promosi, persepsi harga, dan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia pada ASCO Daihatsu di Kabupaten Jember.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli mobil Daihatsu Xenia pada ASCO Daihatsu di Kabupaten Jember. Sedangkan, sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Terdapat pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian mobil Daihatsu Xenia pada ASCO Daihatsu di Kabupaten Jember karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ (6,009 > 1,98498). 2) Terdapat pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian mobil Daihatsu Xenia pada ASCO Daihatsu di Kabupaten Jember karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ (9,951 > 1,98498). 3) Terdapat pengaruh Kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian mobil Daihatsu Xenia pada ASCO Daihatsu di Kabupaten Jember karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,461 > 1,98498). 4) Terdapat pengaruh secara simultan antara Promosi, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian mobil Xenia pada ASCO Daihatsu di Kabupaten Jember dimana besaran nilai signfikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.

Kata kunci : ***Promosi, Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian.***

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	viii
ABSTRACT	ix
RINGKASAN	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1..... Latar Belakang Masalah.....	1
1.2..... Rumusan Masalah.....	4
1.3..... Tujuan Penelitian.....	5
1.4..... Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.2 Pemasaran.....	7
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	8
2.1.4 Promosi.....	9
2.1.4.1 Pengertian Promosi.....	9
2.1.4.2 Tujuan Pomosi.....	11
2.1.4.3 Indikator Promosi.....	11
2.1.5 Persepsi Harga.....	12
2.1.5.1 Pengertian Persepsi.....	12
2.1.5.2 Pengertian Harga.....	12
2.1.5.3 Pengertian Persepsi Harga.....	13
2.1.5.4 Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Harga.....	13
2.1.5.5 Indikator Persepsi Harga.....	14
2.1.6 Kualitas Produk.....	14
2.1.6.1 Pengertian Produk.....	14

2.1.6.2	Pengertian Kualitas Produk.....	15
2.1.6.3	Indikator Kualitas Produk.....	16
2.1.7	Keputusan Pembelian.....	17
2.1.7.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	17
2.1.7.2	Tahap – Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	18
2.1.7.3	Indikator Keputusan Pembelian.....	19
2.2	Hubungan Antara Variabel.....	19
2.2.1	Hubungan Antara Promosi dengan Keputusan Pembelian.....	19
2.2.2	Hubungan Antara Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian..	20
2.2.3	Hubungan Antara Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian.....	20
2.3	Penelitian Terdahulu.....	21
2.4	Kerangka Konseptual.....	25
2.5	Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III	METODE PENELITIAN.....	27
3.1	Desain Penelitian.....	27
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
3.2.1	Tempat Penelitian.....	27
3.2.2	Waktu Penelitian.....	27
3.3	Sumber dan Jenis Data.....	27
3.3.1	Jenis Data.....	27
3.3.2	Sumber Data.....	28
3.4	Populasi dan Sampel.....	28
3.4.1	Populasi.....	28
3.4.2	Sampel.....	28
3.5	Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.6	Definisi Variabel dan Definisi Operasional.....	29
3.6.1	Definisi Variabel.....	29
3.6.2	Definisi Operasional.....	30
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.8	Kerangka Konseptul/ Model Analisi.....	34
3.9	Proses Pengolahan Data.....	34
3.10	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	35
3.10.1	Teknik Analisis Data.....	35
3.10.2	Teknik Pengujian Hipotesis.....	37

BAB IV	KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN	40
4.1	Deskripsi Lokasi Penelitian.....	40
4.1.1	Kondisi Geografis.....	40
4.1.2	Kondisi Demografis.....	40
4.2	Deskripsi Objek Penelitian.....	40
4.2.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	40
4.2.2	Profil Pelanggan ASCO Daihatsu di Kabupaten Jember.....	40
4.2.3	Struktur Organisasi Perusahaan.....	41
BAB V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
5.1	Hasil Penelitian.....	42
5.1.1	Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	42
5.1.2	Deskripsi Hasil Jawaban Responden.....	44
5.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	49
5.2.1	Uji Validitas.....	49
5.2.2	Uji Reliabilitas.....	49
5.3	Analisis Data.....	50
5.3.1	Regresi Linier Berganda.....	50
5.3.2	Koefisien Korelasi Berganda (R) dan Determinasi Berganda (R ²).....	51
5.4	Uji Hipotesis.....	52
5.4.1	Uji t (Uji Parsial).....	52
5.4.2	Uji F (Uji Simultan).....	56
5.5	Pembahasan.....	57
5.5.1	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian mobil Daihatsu Xenia pada ASCO Daihatsu di Kabupaten Jember.....	57
5.5.2	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian mobil Daihatsu Xenia pada ASCO Daihatsu di Kabupaten Jember.....	58
5.5.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian mobil Daihatsu Xenia pada ASCO Daihatsu di Kabupaten Jember.....	59
5.5.4	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian mobil Daihatsu Xenia pada ASCO Daihatsu di Kabupaten Jember.....	60

BAB VI	PENUTUP	61
6.1	Kesimpulan.....	61
6.2	Implikasi.....	61
6.3	Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA			
LAMPIRAN			

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Mobil di Kabupaten Jember.....	2
Tabel 1.2	Data Penjualan Mobil Low MPV di Kabupaten Jember.....	3
Tabel 3.1	Skala Likert.....	33
Tabel 5.1	Deskripsi Usia Responden.....	42
Tabel 5.2	Deskripsi Jenis Kelamin Responden.....	43
Tabel 5.3	Deskripsi Pekerjaan Responden.....	43
Tabel 5.4	Deskripsi Pendapatan Responden.....	44
Tabel 5.5	Interval kelas.....	45
Tabel 5.6	Hasil Penelitian Rata-rata Variabel Promosi (X1).....	45
Tabel 5.7	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Harga (X2).....	46
Tabel 5.8	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X3).....	47
Tabel 5.9	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	48
Tabel 5.10	Uji Validitas.....	49
Tabel 5.11	Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 5.12	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
Tabel 5.13	Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	52
Tabel 5.14	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	53
Tabel 5.15	Hasil Perhitungan Uji F.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Perilaku Konsumen.....	9
Gambar 2.2	Model Proses Pembelian Lima Tahap.....	18
Gambar 2.3	Kerangka Konseptual.....	25
Gambar 3.1	Model Analisis.....	34
Gambar 3.2	Kurva Uji t.....	38
Gambar 3.3	Kurva Uji F.....	39
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Perusahaan ASCO Daihatsu di Kabupaten Jember.....	41
Gambar 5.1	Kriteria Daerah Penerimaan atau Penolakan Variabel Promosi (X1).....	54
Gambar 5.2	Kriteria Daerah Penerimaan atau Penolakan Variabel Persepsi Harga (X2).....	55
Gambar 5.3	Kriteria Daerah Penerimaan atau Penolakan Variabel Kualitas Produk (X3).....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Data Responden
Lampiran 3	Rincian Karakteristik Responden
Lampiran 4	Rincian Tanggapan Responden
Lampiran 5	Rincian Hasil Uji Validitas
Lampiran 6	Rincian Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran 7	Analisis Regresi Linier Berganda