

===== S K R I P S I =====

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN IKLAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
HONDA CB 150 R DI KOTA SURABAYA TIMUR**



Oleh :

Priyono

NBI : 211107251

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
SURABAYA
2015**

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN IKLAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
HONDA CB 150 R DI KOTA SURABAYA TIMUR

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

Oleh :

Priyono

NBI : 211107251

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

2015

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Priyono
NBI : 211107251
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN IKLAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
HONDA CB 150 R DI KOTA SURABAYA TIMUR

Surabaya,2015

Telah disetujui :

Pembimbing

Drs. Abdul Halik, 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 13 Februari 2015.

TIM PENGUJI :

- 1. Drs. Ec. Ida Bagus Cempena, MM** (Ketua)
- 2. Drs. Abdul Halik, MM** (Anggota)
- 3. Dr. Wiwik Ratnaningsih, MM** (Anggota)

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan,

Dr. Sigit Sardjono, M.E

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji hanya milik Allah SWT. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW. Berkat limpahan dan rahmat-Nya, penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda CB 150 R di Kota Surabaya Timur” dapat terselesaikan dengan baik. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi / Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya .

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi. Untuk itu pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya dan apresiasi kepada : :

1. Ibu Prof. DR. Drg., DPL., DHE.,MPA Hj. I.A Brahmasari selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Bapak Dr. Sigit Sardjono, M.Ec Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Ibu Dra.Ec, I.A Sri Brahmajanti, MM. Selaku Kaprodi jurusan Manajemen. Terimakasih atas segala nasehat dan masukan serta kerjasama

yang baik selama menempuh studi di Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

4. Bapak Drs. Abdul Halik, MM. Selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar, tekun, tulus dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga dan pikiran memberikan bimbingan, motivasi, arahan, dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun skripsi.
5. Ibu Dra.Ec, Dyah Rini Prihastuti, MM. Selaku dosen wali yang selalu mengarahkan dan memberikan saran-saran kepada penulis selama kuliah di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, khususnya seluruh dosen yang pernah mengajar mata kuliah manajemen pemasaran, penulis mengucapkan banyak terimakasih atas ilmu pengetahuan yang telah diberikan beliau selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi / Manajemen.
7. Seluruh staf TU, pegawai perpustakaan, dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah banyak memberikan bantuannya selama masa studi.
8. Ucapan terimakasih yang tiada tara kepada Bapak Wagimun dan Ibu Tuyem selaku orang tua tercinta yang menjadi motivasi terbesar saya selama ini. Selain itu beliau juga banyak memberikan bantuan moral, spiritual, material serta seluruh keluarga yang telah banyak mendoakan keberhasilan saya selama menempuh studi di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

9. Untuk kakakku tercinta Sartinah sekeluarga. Terimakasih atas bimbingan, saran, dan dukungannya selama ini sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini tepat pada waktunya.
10. Terimakasih yang sebesar-besanya kepada sahabat-sahabat tercinta yaitu Ceta Indra Lesmana, Firmansyah, Miladiyatul Hanifah yang berjuang bersama-sama baik saat kuliah selama ini hingga mengerjakan skripsi dan insyallah wisuda bersama pula. Serta Riske Wahyu Ningrum yang memberikan ruang untuk mengerjakan skripsi bagi penulis dan sahabat penulis.
11. Terimakasih kepada sahabat sahabat kantor pulowonokromo yaitu Anggi Eko handoko (Boss Glondor), erik suntoro (Black), Rizal C. (Gendut), yanuar, deny,nuariansyah,rayindra, taufik, arif ansori, tuek, kuntet, irfandi, mei, fitri, ika, farida, septi, putri, vemita, memey dan rekan seperjuangan hapsari, rohmah imaniar (tintin), yunita, likitasari, nazil, windi, jack, rizal gundul, andi andre, nurjamilah, novita ayu Sunjaya (Biduan) yang telah berjuang bersama – sama dari semester pertama hingga penyusunan skripsi ini.
12. Seluruh rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi / Manajemen, teman-teman seperjuangan yang telah banyak membantu kelancaran penulis dalam penyelesaian skripsi.
13. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus memberikan doa dan motivasi dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan dan ketulusan mereka dalam membantu saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, sehingga penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang luar biasa dan memberikan wawasan serta pengetahuan yang lebih luas khususnya bagi yang membaca bahkan bagi semua pihak.

Surabaya,2015

Penulis

ABSTRAK

Dalam perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin maju dewasa ini menyebabkan bermunculan perusahaan – perusahaan baru, tidak terkecuali dengan dunia otomotif. Kebutuhan akan alat transportasi yang bisa mendukung mobilitas masyarakat sangat diperlukan saat ini karena tingkat kemacetan yang kian hari kian bertambah Untuk itu dibutuhkan alat transportasi yang bisa menembus kemacetan yaitu sepeda motor.

Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui dan membuktikan kualitas produk, harga, dan iklan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda CB 150R di Surabaya Timur. (2) Untuk mengetahui dan membuktikan kualitas produk, harga, dan iklan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda CB 150R di Surabaya Timur. (3) Untuk mengetahui dan membuktikan kualitas produk, harga, dan iklan yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda CB 150R di Surabaya Timur.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah: (1) Diduga bahwa kualitas produk, harga, dan iklan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda CB 150 R di Kota Surabaya Timur. (2) Diduga bahwa kualitas produk, harga, dan iklan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda CB 150 R di Kota Surabaya Timur. (3) Diduga bahwa kualitas produk berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Cb 150 R di Kota Surabaya Timur.

Penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk (X1), harga (X2) dan iklan (X3) berpengaruh signifikan secara parsial. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung kualitas produk (X1) 3,466, harga (X2) 3,469, iklan (X3) 4,185 > t tabel 1,985. Berdasarkan hasil dari uji F maka dapat diketahui dari ketiga variabel bebas (X) mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel terikat (Y). Dan pada hasil uji t yang di dapatkan, maka dapat diketahui bahwa variabel iklan yang paling dominan karena melihat koefisien beta (Beta Coefficient) setiap variabel yang distandarisasi (Standardized Coefficients). Nilai Beta terbesar yaitu sebesar 0,332 menunjukkan bahwa variabel bebas tersebut mempunyai pengaruh yang dominan terhadap variabel terikat

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Iklan, dan Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPEL

HALAMAN JUDUL	i
LIEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
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 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	8
2.2.1 Manajemen Pemasaran	8
2.2.2 Bauran pemasaran	9
2.2.3 Pengertian Produk	11
2.2.4 Pengertian Kualitas Produk	12
2.2.5 Klasifikasi Produk	14
2.2.6 Manfaat Produk.....	15
2.2.7 Harga	15
2.2.8 Tujuan Penetapan Harga	16
2.2.9 Iklan	17
2.2.10 Menciptakan Pesan Iklan.....	20
2.2.11. Pengertian Perilaku konsumen	21
2.2.11 faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.....	21
2.2.13 Keputusan Pembelian	22
2.2.14 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian,,.....	23
2.3 Kerangka Konseptual	25
2.4 Hipotesis	26

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Desain Penelitian.....	27
3.2 Jenis Penelitian.....	27
3.3 Sumber dan Jenis Data	28
3.3.1 Sumber Data.....	28
3.3.2 Jenis Data	29
3.4 Responden dan Populasi.	29
3.4.1 Responden.....	29
3.4.2 Populasi	30
3.5 Teknik Penarikan Sampel	30
3.5.1 Sampel penelitian	30
3.6 Metode Pengumpulan Data	31
3.7 Operasional Variabel.....	31
3.8 Metode Analisis Data	33
3.8.1 Uji Validitas.....	34
3.8.2 Uji Realibilitas	34

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda	36
3.8.4 Koefisien Kolerasi Berganda	36
3.8.5 Koefisien Determinasi Berganda	37
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis	37
3.9.1 Uji F (Simultan)	38
3.9.2 Uji t (Parsial).....	39

BAB IV DESKRIPSI KEADAAN UMUM DAERAH

PENELITIAN	41
4.1 Keadaan Umum Kota Surabaya	41
4.1.1 Letak Geografis.....	41
4.1.2 Perekonomian	41
4.1.3 Aspek Pemerintahan.....	42
4.2 Gambaran Umum PT. Astra Honda Motor	43
4.2.1 Visi dan Misi.....	44
4.3 Gambaran Umum Honda CB 150 R.....	44

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
5.1 Deskripsi Hasil Penelitian	45
5.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
5.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	47
5.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
5.1.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	49
5.2 Deskripsi Variabel Penelitian	50
5.2.1 Deskripsi Variabel Kualitas produk, harga dan iklan.....	51
5.2.2 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	62
5.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	66
5.3.1 Uji Validitas	66
5.3.2 Uji Reliabilitas	68
5.4 Analisis Data.....	69
5.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	69
5.4.2 Analisis Koefisien Korelasi dan Determinasi Berganda	71
5.5 Uji Hipotesis	72
5.5.1 Uji F (Uji Simultan)	72

5.5.2 Uji t (Uji Parsial).....	73
5.6 Pembahasan.....	75
5.6.1 Analisis Koefisien Korelasi Berganda dan determinasi.....	75
5.6.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda CB 150 R di kota Surabaya Timur	75
5.6.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Honda CB 150 R di kota Surabaya Timur	76
5.6.4 Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Honda CB 150 R di kota Surabaya Timur	76
5.6.5 Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Honda CB 150 R di kota Surabaya Timur ..	77
5.6.6 Analisis Variabel Dominan	77
BAB VI SIMPULAN DAN SARAN	78
6.1 Simpulan	78
6.2 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

Tabel 5.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 5.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	47
Tabel 5.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 5.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan	49
Tabel5.5 Indikator Warna dan Model	51
Tabel5.6 Indikator kualitas yang tinggi	52
Tabel5.7 Indikator perbandingan kualitas dengan merek lain	53
Tabel5.8 Indikator produk mudah ditemui	54
Tabel5.9 Indikator kesesuaian harga.....	55
Tabel5.10 Indikator cara pembayaran secara kredit	56
Tabel5.11 Indikator cara pembayaran secara tunai.....	57
Tabel5.12 Indikator pemberian diskon	58
Tabel5.13 Indikator pesan iklan.....	59
Tabel5.14 Indikator tayangan iklan yang menarik.....	60
Tabel5.15 Indikator penggunaan kata- kata dalam iklan	61
Tabel5.16 Indikator frekuensi tayang	62

Tabel 5.17 Indikator kualitas produk terhadap keputusan pembelian	63
Tabel 5.18 Indikator harga terhadap keputusan pembelian	64
Tabel 5.19 Indikator iklan terhadap keputusan pembelian	65
Tabel 5.20 Indikator merek yang unggul terhadap keputusan pembelian	66
Tabel 5.21 Uji Validitas	67
Tabel 5.22 Uji Realibilitas	68
Tabel 5.23 Analisis Regresi Linier Berganda	69
Tabel 5.24 Koefisien Korelasi Berganda dan Determinasi	71
Tabel 5.25 Hasil Uji F	73
Tabel 5.26 Hasil Uji t	74

DAFTAR GAMBAR

Tabel 2.1. Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	24
Tabel 2.3 Kerangka Konseptual.....	25
Tabel 3.1 Kurva Uji F	39
Tabel 3.2 Kurva Uji t	40