



**ANALISIS PENGARUH HARGA, PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
HONDA VARIO**

(STUDI PADA KONSUMEN DI DESA AMPEL, KECAMATAN WULUHAN, KABUPATEN
JEMBER)

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan menempuh salah satu
syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Danial Septian Firdaus
NIM.1410411066

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2018

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Danial Septian Firdaus
NIM : 1410411066
Prodi : Ekonomi Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: Analisis Pengaruh Harga, Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario pada Konsumen di Desa Ampel, Kecamatan Wuluhan, Kabupaten Jember adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya, sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 31 Mei 2018

Peneliti

Materai 6000

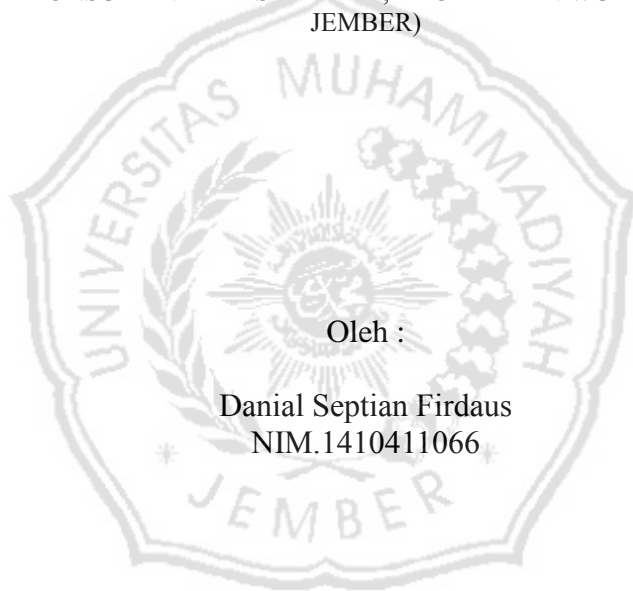
Danial Septian Firdaus

NIM. 14.1041.1066



**ANALISIS PENGARUH HARGA, PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
HONDA VARIO**

(STUDI PADA KONSUMEN DI DESA AMPEL, KECAMATAN WULUHAN, KABUPATEN
JEMBER)



Oleh :

Danial Septian Firdaus
NIM.1410411066

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Feti Fatimah, SE. MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Wahyu Eko S, SE.MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul Analisis Pengaruh Harga, Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario (Studi Pada Konsumen di Desa Ampel, Kecamatan Wuluhan, Kabupaten Jember), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari :

Tanggal :

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Drs.M. Naely Azhad.M.Si
NPK. 196612311993031006

Anggota 1,

Anggota 2,

Feti Fatimah, SE. MM
NIP. 07 09 622

Wahyu Eko S, SE. MM.
NPK. 15 09 633

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Program Studi,

Dr. Arik Susbiyani, M.Si.
NPK. 01 09 289

Drs. Anwar, M.Sc
NPK. 85 03 125

MOTTO

“Hai orang-orang yang beriman, mintalah pertolongan kepada Allah dengan sabar dan shalat, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.”

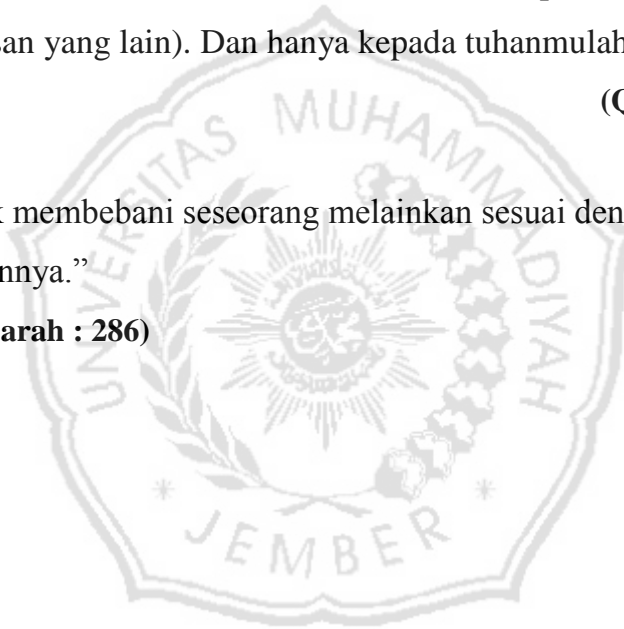
(QS. Al-Baqarah:153)

“Maka 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)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(QS. Al-Baqarah : 286)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin, sebagai ungkapan rasa syukur dan terima kasih dengan kerendahan hati skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Allah SWT, yang memberikan hidup, menjadi tujuan hidupku, dan tempatku kembali nanti. Serta Rasulullah SAW, yang telah memberikan ajaran dan tuntunannya kepada kita semua.
2. Ayah dan Ibu selaku orang tua tercinta yang telah memberikan dorongan motivasi, doa, dukungan moral dan materi, kasih sayang, cinta, pengorbanan, dan kebahagiaan yang begitu besar sehingga ananda dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Feti Fatimah, SE. MM dan Ibu Wahyu Eko S, SE.MM selaku pembimbing yang selalu sabar dalam membimbing saya menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh keluarga, dan untuk kakak saya Hendrik yang selalu memberikan dukungan serta doa terbaik untukku.
5. Sahabat seperjuanganku Yogi, Derry Safwan P, Riri Septa Dwi P, irmeza maslina, Rizky dan semua sahabat-sahabatku di Fakultas Ekonomi Manajemen angkatan 2014, yang selalu bersama untuk mencapai kesuksesan.
6. Sahabat kosan Gunung Agung Ovi, Noval Satrya, Iqbal Reza, Deden, yang selalu membantu, menyemangati dan mendukung selama ini.
7. Sahabatku Mashovi Saglek yang selalu menjadi teman baik dan sabar selama menuntut ilmu dan terima kasih atas semangatnya
8. Teman kelas B yang selalu kompak dan saling mendukung satu sama lain serta saling mendukung untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Terimakasih kepada semua temen-temen yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
10. Terimakasih juga kepada Almamater yang saya banggakan Universitas Muhammdiyah Jember sudah mengantar saya di pintu kesuksesan.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Harga, Produk dan Promosi terhadap keputusan pembelian pada konsumen di desa Ampel, kecamatan Wuluhan, kabupaten Jember. Data yang dianalisa dalam penelitian ini adalah data yang didapat melalui penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Honda Vario di desa Ampel, kecamatan Wuluhan, kabupaten Jember, yakni sebesar 60 responden. Alat analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga (658), produk (219) dan promosi (051). Dari hasil penelitian ini disarankan harga yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian diharapkan dapat terus mempertahankan. Sedangkan untuk variabel promosi yang tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di harapkan perusahaan agar lebih di tingkatkan promosinya serta penjelasan tentang produk lebih di perjelas agar mudah di pahami oleh konsumen.

Kata kunci: harga, Produk, Promosi dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price, product and promotion variables on consumer purchasing decisions in Ampel village, Wuluhan sub-district, Jember district. The data analyzed in this study is data obtained through the distribution of questionnaires. Population in this research is all consumer of Honda Vario in Ampel village, Wuluhan sub-district, Jember regency, that is equal to 60 respondents. Analyzer uses multiple linear regression. The results showed that the price (658), product (219) and promotion (051). From the results of this study suggested that prices that have the most dominant influence on purchasing decisions are expected to continue to maintain. As for the promotion variable that has no significant effect on purchasing decisions in expecting the company to be more promoted and enhanced explanation of the product more in clarify for easy to understand by consumers.

Key words: Price, Product, Promotion, and purchasing decition.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya persembahkan kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala, karena berkat izin dan ridhoNya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: “Analisis Pengaruh Pengaruh Harga, Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario (Studi Pada Konsumen di Desa Ampel, Kecamatan Wuluhan, Kabupaten Jember)”.

Peneliti sadar bahwa laporan ini tidak mungkin terwujud tanpa bantuan dari pihak lain. Oleh karena itu peneliti menyampaikan mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Arik Susbiyani, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis.
2. Drs. Anwar, M.Sc, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis.
3. Feti Fatimah, SE. MM, selaku Dosen Pembimbing I dan, Wahyu Eko S, SE. MM selaku Dosen Pembimbing II yang perhatian dan sabar memberikan segenap waktu, pemikiran, bimbingan, juga nasehat sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
4. Drs.M.Naely Azhad ,M.Si selaku Dosen Penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya staf pengajar jurusan manajemen.
6. Teristimewa orang tua tersayang, terima kasih atas segala dukungan, doa, nasehat, kasih sayang dan perhatiannya yang tak terbatas, hanya ini yang bisa saya persembahkan, semoga ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan untuk kalian.

7. Teman-teman seperjuangan prodi Manajemen angkatan 2014 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
8. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Sesuai dengan pribahasa yang berbunyi “tak ada gading yang tak retak”, peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kesalahan dari pihak pribadi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti, pembaca dan bagi Almamater tercinta.



Jember, 07 Juli 2018

Penyusun

Danial Septian Firdaus

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3.Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran	7
2.1.2 Manajemen Pemasaran	7
2.1.3 Konsep Pemasaran	8
2.1.4 Bauran Pemasaran	8
2.1.5 Atribut Produk	9
2.2 Penelitian Terdahulu	16

2.3 Kerangka Konseptual	20
2.4 Hipotesis Penelitian.....	21
2.4.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	21
2.4.2 Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.4.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	22
BAB 3 METODE PENELITIAN	23
3.1 Desai Penelitian.....	23
3.2 Identifikasi Variabel	23
3.2.1 Variabel Bebas	24
3.2.2 Variabel Terikat.....	24
3.3 Definisi Oprasional	24
3.4 Populasi Dan Sampel	26
3.4.1 Populasi	26
3.4.2 Sampel	26
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	27
3.5.1 Jenis data	27
3.5.2 Sumber data	27
3.6 Metode Pengumpulan dan Pengolahan Data	28
3.6.1 Metode Pengumpulan Data	28
3.6.2 Teknik Pengolahan data	29
3.6.3 Metode Analisis Data	29
3.7 Pengujian Instrumen.....	30
37.1 Uji Validitas	30
37.2 Uji Reliabilitas.....	31
37.3 Regresi Linier Berganda	31
37.4 Uji Asumsi Klasik	32
3.8 Uji Hipotesis	34
3.8.1 Uji Parsial (Uji-t)	34
3.8.2 Uji Koefisien Determinasi R^2	34

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	35
4.1.1 Sejarah PT. Astra Honda Motor (AHM)	35
4.1.2 Sejarah Singkat Sepeda Motor Vario	35
4.1.3 Keunggulan HondaVario	37
4.2 Gambaran Umum Responden	37
4.3 Analisis Deskriptif Jawaban Responden	39
4.4 Hasil Analisis Data.....	42
4.4.1 Uji Validitas.....	43
4.4.2 Uji Reliabilitas	44
4.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda	44
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik	46
4.5.1 Uji Normalitas	46
4.5.2 Uji Multikolonieritas	48
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	48
4.6 Uji Hipotesis	49
4.6.1 Uji T	49
4.6.2 Uji Koefisien Determinasi R^2	51
4.7 Pembahasan	51
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	52
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran.....	52

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Sepeda Motor <i>Matic</i> Indonesia Tahun 2017.....	3
Tabel 1.2 Data Penjualan Honda Vario Tahun 2013-2017	4
Tabel 3.1 Nilai Skala Likert	30
Tabel 4.1 Responden Menurut jenis Kelamin	38
Tabel 4.2 Responden Menurut Usia	38
Tabel 4.3 Responden Terhadap Indikator Harga	39
Tabel 4.4 Responden Terhadap Indikator Produk	40
Tabel 4.5 Responden Terhadap Indikator Promosi	41
Tabel 4.6 Responden Terhadap Indikator Keputusan Pembelian	42
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	45
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolonieritas	48
Tabel 4.11 Hasil Uji T.....	50
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap Proses Keputusan Pembelian	16
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	20
Gambar 2.3 Proses Keputusan Pembelian Konsumen	18
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	47
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	49



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pengantar Kuesioner

Lampiran 2 Data Responden Dan Rekapitulasi Kuisisioner

Lampiran 3 Frekuensi Pernyataan Responden

Lampiran 4 Uji Instrumen Data

Lampiran 5 Uji Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis, Uji Asumsi Klasik

Lampiran 6 Dokumentasi



Daftar Pustaka

- Agusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Amirin, T., 2011, *Populasi dan sampel Penelitian 4: Ukuran Sampel Rumus Slovin*, Erlangga, Jakarta.
- Angipora, Maskus P.**, 1999. *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi I, Cetakan 1, Jakarta PT. Raja Grafindo Persada.
- Angipora P. Marius, *Dasar-dasar Pemasaran*, Rajawali Pers, Jakarta, 1999
- Arikunto, S.2006. *Prosedur Penelitian suatu pendekatanPraktik Edisi Revisi VI*. Rineka Cipta: Jakarta.
- Assauri, Sofjan, 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Basu Swastha, DH dan Irawan. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- Ferdinand. 2002. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam 2009. “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*”, Semarang. BPUNDIP.
- Hair et al. (2010). *Multivariate Data Analysis* , Seventh Edition. *Pearson Prentice Hall*
- Husaini, Usman, dkk. 2003. *Pengantar Statistika*. Bumi Aksara: Jakarta.
- Indrawati, Ph.D. 2015. *Metode penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. PT Refika Aditama: Bandung.
- Jogiyanto, H.M. 2008. *Pedoman Survei Kuesioner, Mengembangkan Kuesioner, Mengatasi Bias dan Meningkatkan Respon*. BPFE-YOGYAKARTA: Yogyakarta.
- Kaplan, Robert S,1993. *Putting The Balanced Scorecard To Work*. HBR. September-Oktober, 1993
- Kazmier Loenard J, Ph.D., *Statistik Untuk Bisnis*, Erlangga, Jakarta,2005
- Kotler Philip dkk, 2012, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, Buku Dua, Edisi Pertama, Andy, Yogyakarta.

- Kotler, Philip, Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*, Jakarta: LPFE-UI.
- Nunnally, Bernstein, I.H. 1994. *Psychometric Theory*, Edisi ke 3. New York:McGraw Hill
- Riduwan. 2004. *metode Riset*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R n D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumber : *Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI)*; 2016
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Andi: Yogyakarta.
- Sugiyono (2011) *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Pusat Bahasa Depdiknas. Bandung.
- Sutrisno Hadi, (1994). *Metodologi Reseach Jilid 2, cet.24*, Andi Offset: Yogyakarta.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2005. *Asas-asas Marketing*. Liberty: Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran* Andy Offset: Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.
- William J. Stanton, (1978), *Fundamental Of Marketing*. New York: McGraw Hill Book.Company.Inc.
- umj-1x-sugiarti-5254-1-journals-.docx
- <http://skripsi-manajemen.blogspot.co.id/2012/12/pengaruh-promosi-terhadap-keputusan.html?m=1>
- <http://www.scribd.com/doc/30385686/Desain-penelitian-kualitatif-dan-kuantitatif>
- https://id.wikipedia.org/wiki/Astra_Honda_Motor
- <https://www.hondacengkareng.com/sejarah-honda-vario-dari-generasi-ke-generasi/>
- <https://musthopz.wordpress.com/2013/11/17/tujuan-struktur-dan-proses-dari-pt-astra-honda-motor/>.