PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA BEAT DI SEBERANG ULU II KELURAHAN 13 ULU

SKRIPSI

Nama : Mega
NIM : 212016053

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2020

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA BEAT DISEBERANGULU II KELURAHAN 13 ULU

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Nama : Mega
NIM : 212016053

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2020

PERTANYAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Mega
Nim	: 212016053
Fakultas	: Ekonomi Dan Bisnis
Konsentrasi	: Pemasaran
Judul	: Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Beat Di Seberang Ulu II Keluran 13 Ulu

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihal lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis secara jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, 2020

Mega

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Uuniversitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul	: Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Beat Di Seberang Ulu II Kelurahan 13 Ulu
Nama	: Mega
Nim	: 212016053
Fakultas	: Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi	: Manajemen
Konsentrasi	: Pemasaran

Diterima dan disahkan
Pada tanggal, September 2020

Pembimbing I,

Zawawi Nasution, S.E.,M.Si
NIDN :0222045801

Pembimbing II,

Nadia Afrilliana,S.E.,M.SI
NIDN : 0219048501

Mengetahui ,
Dekan
Ketua Program Studi Manajemen

Zaleha Trihandayani,.S,E.,M,SI
NIDN : 022905750

ABSTRAK

Mega /212016053/2020/ pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian motor Honda beat di seberang ulu II kelurahan 13 ulu.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Adakah Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Beat di Seberang Ulu II Kelurahan 13 Ulu. jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *asosiatif* yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian motor Honda beat di seberang ulu II kelurahan 13 ulu. Variabel yang digunakan adalah Kualitas Produk, Harga, Keputusan pembelian. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 68 responden, dengan teknik pengambilan sampel purposive Sampling. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dengan menggunakan metode kuisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda yang di dapat $Y = 1{,}072 + 0{,}423X_1 + 0{,}273\ X_2$ secara simultan (Uji F) ada pengaruh signifikan Kualitas Produk, Harga terhadap keputusan pembelian produk Motor Honda beat di seberang ulu II kelurahan 13 ulu. Secara parsial (Uji t) ada pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian motor Honda beat di seberang ulu II kelurahan 13 ulu

Kata kunci : Kualitas produk, Harga terhadap Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Mega /212016053/2020/ the influence of product quality and price on the decision to buy a Honda beat motorbike across from Ulu II, Kelurahan 13 Ulu.

The formulation of the problem in this study is whether there is an effect of product quality and price on purchasing decisions for a Honda Beat in Seberang Ulu II, 13 Ulu sub-district. This type of research used in this study is an associative research that aims to determine the effect of product quality and price on the decision to purchase a Honda beat across Ulu II, 13 ulu. The variables used are product quality, price, purchase decision. The sample in this study was 68 respondents, with a purposive sampling technique. The data used in this study are primary data, using a questionnaire method. The analysis technique used is multiple linear regression obtained $Y = 1.072 + 0.423X_1 + 0.273 X_2$ simultaneously (F test) there is a significant effect of Product Quality, Price on purchasing decisions for Honda beat Motor products across the 13 ulu II sub-district of 13 ulu. Partially (t test) there is a significant effect of product quality on purchasing decisions for Honda beat motorbikes across from Ulu II, 13 Ulu District.

Keywords: product quality, price on purchasing decisions

PRAKATA

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah rabbil'alamin puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang selalu melindungi, mencurahkan rahmat, dan hidyah-Nya sehingga penyusunan skripsi yang berjudul **Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian motor Honda beat beat di seberang ulu II kelurahan 13 ulu**

Dapat terselesaikan. Penelitian ini terdapat 3 Indikator dengan 68sampel. Teknik analisis ini penulis menggunakan teknik regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS Versi.

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada Kedua Orang Tua ku tercinta Ayahanda Lukman dan Ibunda Kartika, ku persembahkan karya kecil ini, untuk cahaya hidupku yang senantiasa ada saat suka maupun duka, selalu mendampingiku, yang telah diberikan , sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Serta semua pihak yang telah memberikan bantuan sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini. Oleh sebab itu dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Abid Djazuli S.E.,M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Fauzi Ridwan S.E.,M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiya Palembang.
3. Ibu Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si , Bapak Mister Candera, S.Pd, M.Si selaku Ketua dan Wakil Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang
4. Bapak Zawawi Nasution., S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing 1 dan Ibu Nadia Afrilliana, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing 2 yang dengan

kesabaran membimbing, mendidik dan memberikan arahan serta masukan yang amat berguna sehingga skripsi ini dapat di selesaikan dengan baik.

5. Ibu Juairiah.,S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mengajarkan ilmunya dan memberikan nasehat-nasehat kepada penulis selama belajar di Universitas Muhammadiyah Palembang ini. Beserta seluruh Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membantu kelancaran administrasi.
7. Responden yang telah membantu memberikan jawaban untuk membuat penulisan dalam skripsi.
8. Terima Kasih untuk yang telah banyak membantu serta memberikan Subangsih pemikiran, Semangat dalam memperlancar penulisan skripsi ini, dan Sahabat seperjuangan dari awal masuk kuliah sampe ada dititik sekarang (wisuda) yang kita inginkan bersama (Deka Alzavani, Aina Wardah Haetami, dan Devi Lia,Nurul Lailah,Rio Aguskurniawan, Jihan Qotrunada Benklah) yang juga telah banyak membantu serta memberi sumbangsih pemikiran dalam memperlancar penulisan skripsi ini.
9. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang angkatan 2016.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan Mengingat keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan Oleh sebab itu penulis mengharapkan saran dan kritikan dari pembaca dan berbagai pihak yang sifatnya konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini, atas perhatian dan masukan kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Palembang, Agustus 2020

Mega

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar i
Halaman Judul ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiat iii
Halaman Tanda Pengesahan Skripsi iv
Motto dan persembahan v
Daftar Riwayat Hidup vi
Prakata vii
Daftar Isi ix
Daftar Tabel xi
Daftar Lampiran xii

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 7

BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori 8
B. Penelitian Sebelumnya 22
C. Kerangka Pemikiran 27
D. Hipotesis 27

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 28
B. Lokasi Penelitian 29
C. Operasionalisasi Variabel 29
D. Populasi Dan Sampel 29

E. Data Yang Diperlukan.....31
F. Metode Pengumpulan Data 32
G. Analisis Data Dan Teknik Analisis 33
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Hasil Penelitian 39
B. Pembahasan Hasil Penelitian 58
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN
A. Simpulan 79
B. Saran.....80
BAGIAN AKHIR
C. DAFTAR PUSTAKA 81
D. LAMPIRAN

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Diera digitalisasi seperti sekarang ini perkembangan teknologi dan informasi berjalan sangat pesat, sehingga menghasilkan suatu persaingan bisnis yang semakin ketat. Hal ini membuat para produsen untuk lebih berfikir kritis, kreatif dan inovatif terhadap perubahan yang terjadi, baik bidang sosial, budaya, politik maupun ekonomi. Hal terpenting yang sebaiknya dilakukan oleh perusahaan agar berhasil salam persaingan bisnis yaitu berupaya dalam membangun strategi perusahaan guna mencapai tujuan untuk meningkatkan dan mempertankan konsumen. Agar tujuan tersebut dapat tercapai, maka setiap perusahaan harus berusaha memproduksi suatu barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen,pihak manajemen perusahaan dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada dan mengungguli para pesaingnya.

Menurut Irham Fahmi (2016:57) keputusan pembelian merupakan tindakan konsumen dalam memutuskan sebuah produk yang dianggap menjadi solusi dari kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:316) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan, keandalan, ketetapan kemudian operasi dan perbaikan, serta atribut bernilainya. Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk melupakan peluang ditawarkan oleh penjual mempunyaih nilai jual beli yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Oleh karena itu perusahaan berusaha memfokuskan kepada kualitas produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing. Kualitas pada prinsipnya adalah untuk menjaga janji pelanggan agar pihak yang dilayani merasa puas dan di ungkapkan.

Menurut (Damiyati,dkk,2012:216) harga (price) adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh suatu barang atau jasa bagi seorang kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu.

Menghadapi perilaku konsumen yang selalu berubah-ubah, perusahaan harus berusaha agar produk yang ditawarkan disenangi oleh konsumen karena perusahaan yang kalah dalam persaingan akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk yang ada.

Pelanggan adalah objek yang menikmati produk yang ditawarkan. Sebagai yang berbeda waktu dan karakter,tentunya setiap konsumen mempunyai penilaian yang berbeda. Memahami perilaku konsumen merupakan syarat mutlak agar suatu usaha dapat diterima masyarakat. Respon positif akan sangat bermanfaat untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

Kajian terhadap perilaku konsumen dapat dilakukan terhadap berbagai produk, salah satu produk yang dimaksud adalah sepeda motor. Banyak merek sepeda motor yang ada di pasar, akan tetapi tidak semua merek sepeda motor dikenal bahkan disuaki oleh pasar.

Honda Beat adalah motor skuter otomatis produksi dari Astra Honda Motor di Indonesia. Skuter yang diluncurkan pada tahun 2008 ini dimaksudkan untuk mengantisipasi makin populernya skuter otomatis di pasar sepeda motor Indonesia. Honda Beat akan bersaing langsung dengan Yamaha Mio, Yamaha Nouvo, Honda Vario, Suzuki Spin, dan skuter matik lainnya.

Tabel 1.1

Pendapat Masyarakat Terhadap sepeda Motor Honda Beat

NO	INDIKATOR	ST	TS	TOTAL
1	Motor Honda beat sering mati mendadak	15	15	30
2	Shok motor Honda beat bagian belakang sering berbunyi	19	11	30
3	Suara motor Honda beat kasar	17	13	30
4	Membeli motor Honda beat karna mereknya terkenal	20	10	30
5	Gaya gigit rem depan motor Honda beat tidak terlalu baik	15	15	30
6	Harga motor Honda beat mahal	15	15	30
7	Kalau mau dijual kembali ,harga jual masi terbilang tinggi	17	13	30

Sumber : Hasil Wawancara ,17 april 2020

Berdasarkan tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa 15 orang (50%) menyatakan setuju bahwa motor honda beat sering mati mendadak. Sebanyak 19 orang (63%) orang setuju bahwa shok motor honda beat bagian belakang sering berbunyi. Sebanyak 17 (57%) orang menyatakan setuju bahwa mereka membeli motor Honda beat karna merek motornya terkenal. Sebanyak 20 (67%) orang menyatakan setuju kalau ban motor honda beat licin, apalagi saat

hujan. Sebanyak 15 (50%) orang menyatakan setuJu kalau gaya gigit rem depan honda beat tidak terlalu baik. Sebanyak 15 (50%) menyatakan setuju kalau harga motor honda beat mahal .sebanyak 17 (57%) orang menyatakan setuju kalau harga jual kembali motor Honda beat masi terbilang mahal.

Selanjutnya, fenomena yang terjadi pada motor Honda beat dalam pilihan produk banyak masyarakat merasa senang karna produk motor Honda beat banyak pilihanan, tetapi masi banyak masyarakat berpendapat walaupun produk banyak pilihan warna kualitas motor Honda beat tidak terlalu baik.

Banyak warga memilih motor Honda beat karna merek motorya terkenal, tetapi beberapa pendapat responden menyatakan walaupun merek motornya sudah terkenal masi terdapat kekurangan di bagian kualitas motornya .

Banyak warna memilih motor Honda beat karna banyak penyalur, dan dapat dengan mudah memproleh motornya dengan syarat yang tidak terlalu banyak.

kualitas produk. Tujuan motor Honda beat belum tercapai secara optimal terlihat dari keandalan dan tanggapan yang diberikan oleh konsumen pengguna motor Honda beat itu sendiri, dimana kualitas motor nya masi terdapat kekurangan, baik dari produknya sendiri.

Dan untuk harga motor Honda beat terbilang mahal ,sedangkan banyak masyarakat yang menyatakan kalau kualitas motor Honda beat masi banyak kekurangan, dan harga motor Honda beat tidak terlalu sesuai dengan kualitasnya dimana motor beat sendiri sering mati mendadak, dan suara motornya kasar.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertatik untuk melakukan penelitian yang berjudul : **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Beat di Seberang Ulu II Kelurahan 13 Ulu**

B. Rumusan Masalah

Adakah Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Beat di Seberang Ulu II Kelurahan 13 Ulu ?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui adakah Pengaruh Kualiats Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Beat di Seberang Ulu II Kelurahan 13 Ulu

D. Manfaat penelitian

1. **Bagi penulis**

   Diharapkan dengan adanya penelitian ini penulis dapat menambah wawasan dan pengetahuan khususnya daam bidang manajemen pemasaran yang diharapkan dapat memberikan manfaat untuk penerapan didalam dunia kerja

.

2. **Bagi almamater**

   Dapat dijadikan salah satu sumber dan bacaan bagi para mahasiswa/mahasiswi serta sebagai bahan acuan atau perbandingan bagi peneliti selanjutnya .

DAFTAR PUSTAKA

Damiati. Luh Masdarini. Made Surani(2012). *Perilaku Konsumen*.Rajawali Pers.Devisi Buku Perguruan Tinggi .PT. Raja Grafindo Persada .Depok

Dede Novian Prio Handoko (2015). Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Berkopling.Universitas Muhammadiyah Palembang

Denny Kristina dan Rita Wilyanti (2017). Apakah Terdapat Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda. UniversitasKristenKrida Wacana.http://ejournal.ukrida.ac.id/ojs/index.php/imb/article/view/1377

Devi Puspitasasi (2015). Pengaruh Citra Merek,Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Eiger. Universitas Marcu Buana.https://publikasi.dinus.ac.id/index.php/jpeb/article/view/2298

Dhio Rayen Rawung,Sem G.Oroh, Jcky S.B. Sumarauw (2015). Analisis Kualitas Produk,Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki.PT. Sinar Galesong Pratama Manado.https://ejounal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/10413

Ibal Hasan (2009). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Bumi Aksara. Jakarta

IrhamFahmi(2016). *Perilaku Konsumen teori dan aplikasi*.Penerbit Alfabeta. Bandung

Kotler dan Amstrong (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran*.Edisi 13.Jilid 1. Erlangga. Jakarta

Sudaryono(2016).*Manajemenpemasaranteoridanimplementasi*. Edisi pertama .Bandung

Sugiyono (2017).*Metode penelitian.* Alfabeta, Bandung