

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR *MATIC* HONDA PCX
DI KECAMATAN TANJUNG RAJA**

SKRIPSI



NAMA : Muhammad Iqbal

NIM : 212018323

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2022

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR *MATIC* HONDA PCX
DI KECAMATAN TANJUNG RAJA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Menyusun Skripsi Pada
Program Strata Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang**



NAMA : Muhammad Iqbal

NIM : 212018323

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**


2022

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : Muhammad Iqbal
NIM : 212018323
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap
Keputusan Pembelian Sepeda Motor *Matic* Honda PCX
Di Kecamatan Tanjung Raja

1. Karya tulis saya, usulan penelitian ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana Strata 1), baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun diperguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing.
3. Dalam Karya tulis tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain. Kecuali secara tertulis dengan 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 akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, 2022

Muhammad Iqbal

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

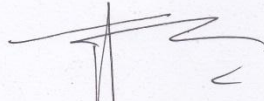
Judul: Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian
Sepeda Motor *Matic* Honda PCX Di Kecamatan Tanjung Raja

Nama : Muhammad Iqbal
NIM : 212018323
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

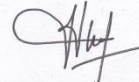
Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal, Maret 2022

Pembimbing I,

Pembimbing II,



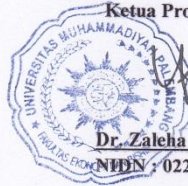
Dr. Trisniarty Adjeng Moelyati, S.E., M.M
NIDN : 0019026101



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

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si
NIDN : 0229057501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Don't give up and keep on walking in the right direction

(Jangan menyerah dan terus melangkah ke arah jalan yang benar)

“Muhammad Iqbal”

Kupersembahkan Untuk :

● ***Ayahku Syafei., S.Ag dan***

Ibuku Asni Hilmiah., S.Ag

Saudara-saudaraku :

Muhammad Rasyid Ridho

***Muhammad Salman Al-
lahadi***

● ***Bapak / Ibu Dosen, Guru
serta Semua orang yang
mendidik dan
menasehatiku***

● ***Best Friends Syahid,
Nawafi, Dadang, Hamdan***

● ***Teman-temanku Fakultas***

Ekonomi dan Bisnis UMP

***Angkatan 2018 serta
teman-teman CM 18***

● ***Almamater Tercinta***

PRAKATA

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan rahmat Allah SWT yang telah melimpahkan taufik dan hidayah-Nya, penulisan ini akhirnya dapat diselesaikan. Skripsi yang merupakan hasil pemikiran, kajian kepustakaan dan penelitian ini telah tersusun melalui proses yang cukup panjang dan mendapat banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak.

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua saya, Ayah (Syafei., S.Ag) dan Ibu (Asni Hilmiah S.Ag) yang telah membesarkan, membimbing dan mengajarkan segala sesuatu yang baik selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat meraih gelar sarjana.

Penulis menyadari akan keterbatasan pengetahuan, wawasan tanpa pertolongan dari Allah SWT serta bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, izinkanlah penulis untuk menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Abid Djazuli., S.E., M.M sebagai Rektor niversitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yudha Mahrom Darma Saputra., S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr.Trisniarty Adjeng Moelyatie., S.E., M.M sebagai Dosen Pembimbing I Skripsi dan Ibu Nadia Afrilliana., S.E., M.Si sebagai Dosen Pembimbing II Skripsi, atas ketersediannya membimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani., S.E., M.Si sebagai Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

5. Bapak dan Ibu Dosen serta Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Saudara-saudaraku tercinta Muhammad Rasyid Ridho dan Muhammad Salman Al-lahadi terima kasih atas dukungan dan motivasi yang telah diberikan.
7. Terima kasih kepada teman-teman yang ada di Universitas Muhammadiyah Palembang dan teman-teman CM 18 untuk semangatnya yang selalu diberikan.
8. Teman-teman yang ada di Indralaya maupun di Tanjung Raja yang juga turut menyemangatiku.

Penulis menyadari masih banyak kesalahan dan kekurangan sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi menyempurnakan tugas akhir ini. Akhirnya dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga amal ibadah yang telah dilakukan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Aminn.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Palembang, 2022

Muhammad Iqbal

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN PRAKATA	vii
HALAMAN DAFTAR ISI	viii
HALAMAN DAFTAR TABEL	x
ABSTRAK	xi
ABSTRAC	xii

BAGIAN ISI

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

A. Kajian Pustaka.....	10
B. Kerangka Pemikiran.....	19
C. Hipotesis.....	19

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	20
B. Lokasi Penelitian.....	21
C. Operasionalisasi Variabel.....	22
D. Populasi dan Sampel	23

E. Data Yang Diperlukan.....	25
F. Teknik Pengambilan Sampel.....	25
G. Metode Pengumpulan Data	25
H. Analisis Data	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	36
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	59
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	62
B. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Survei Top Brand.....	5
Tabel I.2	Hasil Pra Riset	6
Tabel II.1	Kerangka Pemikiran	19
Tabel III.1	Operasionalisasi Variabel	22
Tabel IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel IV.4	Uji Validitas	44
Tabel IV.5	Uji Reliabilitas	45
Tabel IV.6	Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	46
Tabel IV.7	Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	48
Tabel IV.8	Jawaban Responden Variabel Harga	51
Tabel IV.9	Analisis Regresi Linier Berganda	55
Tabel IV.10	Uji F.....	56
Tabel IV.11	Uji t	57
Tabel IV.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	59

ABSTRAK

Muhammad Iqbal/212018323/2022/Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor *Matic* Honda PCX Di Kecamatan Tanjung Raja.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor *matic* Honda PCX di Kecamatan Tanjung Raja. Tujuannya untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor *matic* Honda PCX di Kecamatan Tanjung Raja. Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif yang bersifat menyatakan hubungan antara dua variabel atau lebih.

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 97 responden yang disebar di Kecamatan Tanjung Raja. Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer yang berupa hasil kuesioner yang diisi oleh responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif, uji validitas dan uji reliabilitas, regresi linier berganda, uji f (uji simultan/bersama-sama), uji t (uji parsial/individual) dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menggunakan regresi linier berganda ada pengaruh antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Uji F ada pengaruh antara kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian. Uji t (uji parsial) masing-masing variabel bebas, juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRAC

Muhammad Iqbal/212018323/2022/The Influence of Product Quality and Price on Purchase Decisions for Honda PCX Matic Motorcycles in Tanjung Raja District.

The formulation of the problem in this study is how the influence of product quality and price on purchasing decisions of Honda PCX automatic motorcycles in Tanjung Raja District. The aim is to determine the effect of product quality and price on purchasing decisions for Honda PCX automatic motorcycles in Tanjung Raja District. This research includes associative research which states the relationship between two or more variables.

The sample in this study amounted to 97 respondents who were distributed in Tanjung Raja District. The data needed in this study is primary data in the form of the results of a questionnaire filled out by the respondent. The data analysis methods used are quantitative analysis, validity and reliability tests, multiple linear regression, f-test (simultaneous/together test), t-test (partial/individual test) and coefficient of determination test.

The results of this study using multiple linear regression there is an influence between product quality and price on purchasing decisions. F test there is an effect between product quality and price simultaneously on purchasing decisions. The t test (partial test) of each independent variable also has a positive and significant effect on the product quality and price variables on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Price, Purchase Decision

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era ini, dunia bisnis berkembang semakin ketat dan persaingan antar produk yang sejenis juga semakin marak setiap harinya. Perkembangan teknologi khususnya di bidang transportasi yang berkembang salah satunya adalah sepeda motor. Seperti yang kita ketahui sepeda motor merupakan alat transportasi yang sering digunakan masyarakat. Bagi masyarakat saat ini sepeda motor sangat menunjang mobilitasnya dalam melakukan berbagai aktifitas.

Dengan semakin banyaknya permintaan sepeda motor saat ini muncul banyak perusahaan sepeda motor yang sejenis. Hal ini menyebabkan terjadinya persaingan yang ketat, setiap produsen dituntut untuk selalu mempunyai keunggulan tersendiri agar mampu bersaing. Dalam hal ini peranan pemasaran sangat penting karena berhubungan dengan kegiatan untuk mengantisipasi kebutuhan dan keinginan konsumen dan juga berkaitan dengan mengalirnya produk berupa barang atau jasa dari produsen ke konsumen dalam rangka mencapai tujuan perusahaan yaitu memperoleh keuntungan.

Pemasaran berkontribusi signifikan bagi perusahaan, konsumen, dan masyarakat secara luas. Bagi perusahaan, pemasaran membantu menjalin relasi jangka panjang saling menguntungkan dengan pelanggan sasaran. Pemasaran juga memfasilitasi aliran produk secara efektif dan

efisien dalam rantai pasokan, mulai dari bahan mentah hingga produk akhir sampai di tangan konsumen.

Kondisi pemasaran saat ini sangat dinamis dan berkembang pesat sehingga menyebabkan kompetisi antar perusahaan semakin ketat dalam menjual dan memasarkan produknya. Kita dituntut meningkatkan kemampuan sehingga mampu bersaing pada masa sekarang dan membuat pertimbangan-pertimbangan strategi pemasaran yang sangat menentukan dalam perencanaan sebuah keputusan.

Poin penting bagi sebuah perusahaan untuk dapat memenangkan suatu persaingan pasar yaitu perusahaan tersebut perlu memperhatikan apa yang melandasi seorang konsumen dalam memilih suatu produk, dalam hal ini adalah keputusan pembelian. Menurut Fandy Tjiptono (2019:55) keputusan pembelian adalah tahap pra pembelian yang mencakup semua aktivitas konsumen yang terjadi sebelum terjadinya transaksi pembelian dan pemakaian produk. Tingkat keterlibatan konsumen dalam suatu pembelian dipengaruhi oleh kualitas, harga dan faktor-faktor lain yang dapat memantapkan keinginan konsumen untuk membeli produk tersebut benar-benar ingin digunakan atau dibutuhkan dan juga atas rekomendasi dari orang lain yang telah merasakannya bahwa produk tersebut sangat bagus dan lebih baik dari produk lain.

Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan konsumen adalah kualitas produk. Kualitas produk saat ini sangat diperhatikan oleh konsumen. Konsumen menginginkan kualitas produk yang terbaik pada

produk-produk yang telah dibeli. Menurut Kotler dan Keller (2016:156) Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bervariasi pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Ini menunjukkan jika kualitas produk memiliki pengaruh terhadap pelanggan. Pelanggan tentunya tidak akan membeli produk yang tidak bisa memenuhi harapan, produk yang mempunyai kualitas baik, seperti kinerja, daya tahan, estetika memiliki karakteristik yang berbeda.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas yang terjual. Selain itu, secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi. Menurut Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana (2020:256-257) harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Ketika konsumen membeli suatu produk, mereka menukar suatu nilai (harga) untuk mendapatkan suatu nilai lain (manfaat dan kualitas yang didapatkan). Maka pelanggan tidak akan membeli suatu produk jika harganya mahal tidak sesuai dengan manfaat dan kualitas yang diberikan produk tersebut dan tidak mampu bersaing dengan pesaingnya.

Sekarang ini sepeda motor bukan lagi menjadi barang mewah. Hampir setiap kalangan masyarakat memiliki sepeda motor terlebih di kota-kota besar. Semakin tingginya minat masyarakat akan sepeda motor,

membuat potensi pasar bagi para pelaku bisnis semakin besar. Hal ini berakibat pada persaingan para pelaku industri otomotif yang bermain di dalamnya semakin gencar dan giat dalam melakukan inovasi baik itu terkait dengan produk, strategi penjualan, pemasaran maupun distribusi produk itu sendiri.

Saat ini, sepeda motor *matic* (*automatic*) menjadi salah satu sepeda motor favorit bagi masyarakat Indonesia daripada motor manual. Motor *matic* merupakan motor yang bertransmisi manual otomatis sehingga lebih mudah dalam penggunaannya. Salah satu tipe sepeda motor *matic* yang menjadi pilihan adalah Honda PCX. Honda PCX adalah sebuah sepeda motor yang bertransmisi otomatis yang diproduksi oleh PT Astra Honda Motor di Indonesia.

Peneliti mencoba mencari informasi tentang tipe sepeda motor *matic* Honda yang paling banyak disukai oleh konsumen. Hasilnya sebagai berikut

Tabel I.1**Survei*****Top Brand***

No.	Tipe Sepeda Motor <i>Matic</i>	TBI
	Honda	
1.	Honda Beat	35,6%
2.	Honda Vario	21,9%
3.	Honda Scoopy	12,1%
4.	Honda PCX	5,2%

Sumber Data : <https://www.topbrandaward.com/en/2021/02/sepeda-motor-matic-fase-1-2021/>

Berdasarkan tabel di atas, dari beberapa tipe sepeda motor *matic* Honda yang telah dikenal oleh konsumen di Indonesia. Berdasarkan tabel di atas, nilai tipe Honda PCX berada pada urutan terendah dengan angka *Top Brand Index* sebesar 5,2%. *Top Brand* dapat dijadikan parameter keberhasilan dalam kinerja produk. Menurunnya kinerja Honda PCX didasarkan pada sedikitnya konsumen dalam memutuskan untuk membeli sepeda motor *matic* Honda PCX.

Menurunnya kinerja sepeda motor *matic* Honda PCX didasarkan pada pendapat konsumen. Maka untuk mengetahui penyebabnya lebih lanjut dilakukan pra riset tentang pendapat responden terhadap keputusan pembelian sepeda motor *matic* Honda PCX di Kecamatan Tanjung Raja.

Berikut hasil survey awal penulis terhadap 30 responden

Tabel I.2
Hasil Pra Riset

S	No.	Pertanyaan	Setuju	Tidak Setuju	
umb er Dat a : Has il Pra Rise t di Kec ama tan Tanjung Raja	A. Keputusan Pembelian				
	1.	Sepeda motor <i>matic</i> Honda PCX berkualitas	12	18	
	2.	Sepeda motor <i>matic</i> Honda PCX banyak direkomendasikan	14	16	
	B. Kualitas Produk				
	1.	Sepeda motor <i>matic</i> Honda PCX irit bahan bakar	16	14	
	2.	Mesin sepeda motor <i>matic</i> Honda PCX awet/tahan lama	18	12	
	3.	Jok sepeda motor <i>matic</i> Honda PCX lebar dan tebal	13	17	
	C. Harga				
	1.	Harga sepeda motor <i>matic</i> matic Honda PCX terjangkau	12	18	
	2.	Kesesuaian Harga sepeda motor <i>matic</i> Honda PCX dengan kualitasnya	16	14	
	3.	Harga sepeda motor <i>matic</i> Honda PCX dapat bersaing dengan pesaingnya	11	19	
	4.	Harga sepeda motor <i>matic</i> Honda PCX sesuai dengan manfaat yang diberikan	17	13	
	Jumlah			30	

Berdasarkan hasil pra riset terlihat bahwa yang menggunakan sepeda motor *matic* Honda PCX di Kecamatan Tanjung Raja banyak yang memberi tanggapan terkait sepeda motor *matic* Honda PCX yang kurang berkualitas sehingga konsumen sendiri kurang memantapkan untuk memiliki keinginan membeli sepeda motor *matic* Honda PCX, dan juga tidak banyak orang yang merekomendasikan sepeda motor *matic* Honda PCX ini.

Selanjutnya dilihat dari segi kualitas produk banyak yang mengatakan bahwa mesin sepeda motor *matic* Honda PCX awet/tahan

lama, karena sepeda motor *matic* Honda PCX merupakan tipe sepeda motor *matic* yang diproduksi oleh pabrikan Honda. Sehingga dapat dipastikan performa mesin sepeda motor *matic* Honda PCX ini akan bekerja sangat luar biasa dan tahan dalam segala medan. Dan sepeda motor *matic* Honda PCX ini dilengkapi dengan mesin 4 tak menggunakan sistem bahan bakar injeksi, sehingga konsumsi bahan bakar sepeda motor *matic* Honda PCX ini akan sangat irit akan tetapi dilihat estetikanya seperti jok atau tempat duduk yang lebar dan tebal membuat pengendara kurang nyaman ketika digunakan saat berkendara dalam waktu yang cukup lama dan juga menyulitkan pengendara yang memiliki tubuh kecil.

Kemudian dari harga yang ditawarkan sepeda motor *matic* Honda PCX sendiri tidak terjangkau dibandingkan dengan pesaingnya. Hal ini terbukti dari hasil pra riset di Kecamatan Tanjung Raja yang kurang setuju terhadap indikator harga sepeda motor *matic* Honda PCX yang terjangkau dan dapat bersaing dengan pesaingnya. Akan tetapi terlihat dari kesesuaian harga dengan kualitas, harga sepeda motor *matic* Honda PCX sesuai dengan kualitas dari sepeda motor tersebut, karena sepeda motor *matic* Honda PCX dilengkapi dengan berbagai macam fitur, diantaranya *Honda Smart Key* yang dilengkapi *alarm* dan *answer back system* pada semua tipe yang dapat memberikan kebanggaan serta tampilan berkelas. Dengan demikian, harga yang ditawarkan juga sangat sesuai dengan manfaat yang diberikan untuk menggantikan biaya yang dikeluarkan apabila menggunakan transportasi umum.

Berdasarkan fenomena di atas. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor *Matic* Honda PCX Di Kecamatan Tanjung Raja

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka penulis dapat merumuskan pokok masalah sebagai berikut :

1. Adakah Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor *Matic* Honda PCX Di Kecamatan Tanjung Raja?
2. Adakah Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor *Matic* Honda PCX Di Kecamatan Tanjung Raja?
3. Adakah Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor *Matic* Honda PCX Di Kecamatan Tanjung Raja?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor *Matic* Honda PCX Di Kecamatan Tanjung Raja.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor *Matic* Honda PCX Di Kecamatan Tanjung Raja.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor *Matic* Di Kecamatan Tanjung Raja.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi peneliti

Peneliti dapat menambah pengetahuan sebagai bekal dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh di bangku kuliah, khususnya dalam bidang Manajemen Pemasaran.

2. Manfaat bagi almamater / Universitas

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi, wawasan dan referensi untuk peneliti Universitas Muhammadiyah Palembang, khususnya dalam bidang Manajemen Pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Diah Isnaini Asiati, dkk. 2019. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Palembang: Noer Fikri.
- Elmas, Muhammad Syarif Hidayatullah. 2020. Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek, *Brand Wareness* Pada Keputusan Pembelian Pada CV Pia Manalagi Ketapan Kota Probolinggo. *Jurnal Ekonomi* 16 (2): 421-435
- Hasbi, Derian Ghassan dan Dede R Oktini. 2018. Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Fino di Kota Bandung. *Jurnal manajemen* 4 (2): 1313-1319
- Hermawan, Ahmad Fambang, Retno Endah Supeni, dan Akhmad F. Rozi. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Beat Di *Dealer* MPM Motor Kalisat-Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 15 (2): 161-169
- Iqbal Hasan, M. 2015. *Statistik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Jelani, Ali Musthohir, dan Jauhari. 2018. Pengaruh Atribut Produk, Promosi, dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda PCX. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen STIE Pertiba Pangkalpinang* 1 (2): 117-131
- Kotler dan Amstrong. 2021. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2016. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson.

- Kumbara, Vicky Brama. 2021. Determinasi Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan 2* (5): 604-630
- Lestiowati, Riris. 2018. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario. *Jurnal AKP 8* (2): 81-104
- Maftuhah Nurrahmi, dkk. 2021. *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian Dan Skripsi*. Palembang: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Mastuti, I Gusti Ayu Manik, Iyus Akhmad Haris, dan I Nyoman Sujana. 2019. Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepeda Motor Merek Honda Pada Dealer PT. Mertha Buana Motor Di Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi 11* (2): 448-453
- Novianti, Lina dan Lod Sulivyo. 2021. Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Smartphone Made In China di Kecamatan Cikupa Kabupaten Tangerang. *Jurnal Cafetaria 2* (2): 15-27
- Prilano, Kelvin dan Andriasan Sudarso dan Fajrillah. 2020. Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal Of Business and Economics Research 1* (1): 1-10
- Setyawan, Indra Tri dan Tarto Sentono. 2014. *Influence Of Parents Socio-Economics Status and Vocational Learning Motivation To Learning*

*Achievement In The Lesson Of Chassis and Power Transducers For XII
Grade Students Of Light Vehicle Engineering Departement Of SMK Piri 1*

Shofwan, Thoriq, Lina Aryani, dan Heni Nastiti. 2021. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Beat. *Jurnal Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi* 2: 362-376

Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. 2019. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2020. *Pemasaran*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.