

**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN TEMPAT TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK SUZUKI DI
KECAMATAN SEBRANG ULU II, KOTA PALEMBANG**



SKRIPSI

Nama : Ayu Listari

NIM : 212018400

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2022

**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN TEMPAT TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK SUZUKI DI
KECAMATAN SEBRANG ULU II, KOTA PALEMBANG**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Nama : Ayu Listari

NIM : 212018400

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2022

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayu Listari
NIM : 212018400
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Produk, Harga dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Suzuki di Kecamatan Sebrang Ulu II, Kota Palembang

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis 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 pihak lain kecuali arahan pembimbing. Dalam karya tulis ini 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.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Agustus 2022
Yang Menyatakan,



Ayu Listari
NIM: 212018400

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Produk, Harga dan Tempat terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Merek Suzuki di Kecamatan Seberang Ulu II, Kota Palembang
Nama : Ayu Listari
NIM : 212018400
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada tanggal:

Pembimbing I,

Dr. Diah Isnaini Asjati, S.E., M.M.
NIDN : 0207046301

Pembimbing II,

Fitriana, SE., M.Si
NIDN: 00280026301

Mengetahui,
Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi Manajemen



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

HALAMAN *MOTTO* DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Permata tidak bisa berkilau tanpa gesekan.

Begitu juga manusia, tidak ada manusia yang luar biasa tanpa cobaan.

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur Alhamdulillah kepada SWT kupersembahkan teruntuk orang-orang yang kusayangi.

- ❖ Kedua orang tuaku ayah (Mancur) dan Ibuku (Yenidar) yang telah memberikan segalanya untuk membahagiakanku sampai kini dan membimbingku sampai menyelesaikan pendidikan S-1 tak pernah cukup membalas cinta ibu dan ayah kepadaku.
- ❖ Untuk saudara ayukku dan adekku tersayang.

PRAKATA



Alhamdulillah Rabbil ‘Alamin, segala puji syukur tiada hentinya penulis haturkan kehadiran Allah SWT yang maha pemberi petunjuk, anugerah dan nikmat yang diberikan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **Pengaruh Produk, Harga dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Suzuki di Kecamatan Sebrang Ulu II, Kota Palembang**. Allahumma Shalli ‘Ala Muhammad, penulis curahkan kehadiran junjungan umat, pemberi syafaat, penuntun jalan kebajikan, penerang dimuka bumi ini, seorang manusia pilihan dan teladan kita, Rasulullah SAW, beserta keluarga, para sahabat dan pengikut beliau higgs akhir zaman, Aamiin.

Penulis merasa sangat berhutang budi pada semua pihak atas kesuksesan dalam penyusunan skripsi ini, sehingga sewajarnya bila pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang memberikan semangat dan bantuan, baik secara materiil maupun spiritual. Oleh karena itu, penulis menghaturkan terima kasih dan rasa hormat yang tak terhingga dan teristimewa kepada kedua orang tuaku, Ayahanda (Mancur) dan Ibunda (Yenidar) tercinta yang merupakan motivator dalam hidupku dan pengorbanannya yang telah melahirkan, mengasuh, memelihara, mendidik, dan membimbing penulis dengan penuh kasih sayang hingga penulis dapat menyelesaikan studi.

Selanjutnya ucapan terima kasih dan penghargaan yang sedalam-dalamnya, penulis sampaikan kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yudha Mahrom, DS, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

3. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E., M.M., dan Ibu Fitantina, S.E., M.Si., selaku Pembimbing I dan II yang telah banyak membantu dan meluangkan waktu sampai selesai Skripsi ini. Terima kasih juga penulis ucapkan kepada Bapak Mister Candra, S.Pd., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
5. Terima kasih kepada masyarakat di Kecamatan Seberang Ulu II, Kota Palembang sebagai responden.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mengajarkan ilmu dan memberikan nasihat-nasihat yang membuat penulis termotivasi untuk semangat belajar serta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang membantu kelancaran dalam mengurus administrasi.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menerima saran dan kritik yang sifatnya membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya hanya kepada Allah SWT, penulis memohon ridho dan magfirah-Nya, semoga segala dukungan serta bantuan semua pihak mendapat pahala yang berlipat ganda disisi Allah SWT. Semoga karya ini dapat bermanfaat kepada para pembaca, Aamiin.

Wassalamu' alaikum Wr. Wb.

Palembang, Agustus 2022

Penulis,

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL DEPAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN <i>MOTTO</i> DAN PERSEMBAHAN	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN	
A. Landasan Teori	12
B. Penelitian Sebelumnya	23
C. Kerangka Pemikiran	26
D. Hipotesis	27
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	28
B. Lokasi Penelitian	29
C. Operasionalisasi Variabel	30

	Halaman
D. Populasi dan Sampel Penelitian	31
E. Data yang Diperlukan	33
F. Metode Pengumpulan Data	34
G. Uji Instrumen	35
H. Analisis Data dan Teknik Analisis	36
 BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	43
B. Pembahasan	65
 BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	72
B. Saran	72
 DAFTAR PUSTAKA	 74
 LAMPIRAN	 76
 BIODATA PENULIS	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1 Data Penjualan Sepeda Motor pada Tahun 2021	5
Tabel I.II Survey Masyarakat Terhadap motor merek Suzuki	6
Tabel III.1 Operasionalisasi Variabel	30
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas	45
Tabel IV.2 Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel IV.3 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel IV.4 Identitas Responden Berdasarkan Umur	48
Tabel IV.5 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel IV.6 Keputusan Pembelian (Y)	49
Tabel IV.7 Produk (X1)	52
Tabel IV.8 Harga (X2)	55
Tabel IV.9 Tempat (X3)	58
Tabel IV.10 Hasil Regresi linier Berganda.....	61
Tabel IV.11 Hasil Uji F (Uji Simultan)	62
Tabel IV.12 Hasil Uji t (Uji Parsial)	63
Tabel IV.13 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	64

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Tabel II.1 Model Perilaku Konsumen	13
Tabel II.2 Kerangka Pemikiran	26

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Jadwal Penelitian
- Lampiran 2. Kuesioner
- Lampiran 3. Identitas Responden
- Lampiran 4. Tabulasi Data Variabel Produk (X1)
- Lampiran 5. Tabulasi Data Variabel Harga (X2)
- Lampiran 6. Tabulasi Data Variabel Tempat (X3)
- Lampiran 7. Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y)
- Lampiran 8. Hasil Perhitungan Data Menggunakan Program *Statistical Product and Service Solutions (SPSS) Version 23,00 for Windows*
- Lampiran 9. Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 10. Nilai r_{tabel} (Nilai r *Product Moment*)
- Lampiran 11. Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05
- Lampiran 12. Titik Persentase Distribusi t (df = 81–120)
- Lampiran 13. Surat Keterangan Selesai Penelitian/Riset
- Lampiran 14. Sertifikat AIK
- Lampiran 15. Sertifikat Laboratorium Komputer
- Lampiran 16. Sertifikat SPSS
- Lampiran 17. Kartu Aktivitas Bimbingan Usulan Penelitian
- Lampiran 18. Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
- Lampiran 19. Plagiarisme Checker X Originality Report
- Lampiran 20. Lembar Persetujuan Perbaikan Skripsi
- Lampiran 21. Biodata Penulis

ABSTRAK

Ayu Listari/212018400/2022/Pengaruh Produk, Harga dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Suzuki di Kecamatan Sebrang Ulu II, Kota Palembang/Manajemen Pemasaran.

Rumusan masalah penelitian ini adalah: 1) Adakah pengaruh produk, harga dan tempat terhadap keputusan pembelian?, 2) Adakah Pengaruh Produk terhadap Keputusan Pembelian?, 3) Adakah Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian?, 4) Adakah Pengaruh Tempat terhadap Keputusan Pembelian?. Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa: 1) Ada pengaruh produk, harga dan tempat terhadap keputusan pembelian sepeda motor Merek Suzuki di Kecamatan Sebrang Ulu II Kota Palembang; 2) Ada pengaruh produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Merek Suzuki di Kecamatan Sebrang Ulu II Kota Palembang; 3) Ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Merek Suzuki di Kecamatan Sebrang Ulu II Kota Palembang; dan 4) Ada pengaruh tempat terhadap keputusan pembelian sepeda motor Merek Suzuki di Kecamatan Sebrang Ulu II Kota Palembang.

Kata kunci: produk, harga, tempat, keputusan pembelian

ABSTRACT

Ayu Listari/212018400/2022/The Influence of Products, Prices and Places on Decisions to Purchase Suzuki Brand Motorcycles in Seberang Ulu II District, Palembang City/Marketing Management.

The formulations of the research problem are: 1) Is there an effect of product, price and place on purchasing decisions?, 2) Is there an influence of products on purchasing decisions?, 3) Is there an effect of price on purchasing decisions?, 4) Is there an influence of place on purchasing decisions?. This research includes associative research. The sample in this study was 100 people. The method of data collection in this study is a questionnaire. The data analysis technique used is multiple linear regression. The results of the analysis show that: 1) There is an influence of product, price and place on the decision to purchase a Suzuki brand motorcycle in Seberang Ulu II District, Palembang City; 2) There is an effect of the product on the decision to purchase a Suzuki brand motorcycle in Seberang Ulu II District, Palembang City; 3) There is an influence of price on the decision to purchase a Suzuki brand motorcycle in Seberang Ulu II District, Palembang City; and 4) There is an influence of place on the decision to purchase a Suzuki brand motorcycle in Seberang Ulu II District, Palembang City.

Keywords: *product, price, place, purchase decision*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu kajian dalam pemasaran adalah perilaku konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016:166) perilaku konsumen adalah proses yang dilalui oleh seseorang/ organisasi dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan membuang produk atau jasa setelah dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhannya. Ada pula yang mengartikan Perilaku Konsumen sebagai hal-hal yang mendasari untuk membuat keputusan pembelian misal untuk barang berharga jual rendah maka proses pengambilan keputusan dilakukan dengan mudah sedangkan untuk barang berharga jual tinggi maka proses pengambilan keputusan akan dilakukan dengan pertimbangan yang matang.

Banyak faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen, diantaranya adalah bauran pemasaran Kotler dan Keller (2016:222) yang terdiri dari *product, price, place dan promotion*. Menurut Kotler (2016:69) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi, serta dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Apabila produk bagus maka konsumen akan mudah datang untuk membeli sebuah produk, dengan kata lain produsen harus memberikan kualitas produk dengan baik dan sesuai dengan harga yang ditawarkan.

Place (tempat/lokasi) Kotler dan Keller (2016) adalah faktor yang sangat penting dalam bauran pemasaran ritel (retail marketing mix), pada lokasi yang tepat, sebuah gerai toko akan lebih sukses dibanding gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis, meskipun sama-sama menjual produk yang sama, pramuniaga yang sama banyak dan terampilnya, dan sama-sama punya setting atau ambience yang bagus.

Price (harga) merupakan jumlah uang yang harus konsumen bayarkan untuk mendapatkan suatu produk Kotler dan Keller (2016). Harga merupakan satu-satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya merupakan biaya saja. Ini sesuai dengan pendapat Kotler (2016:107) yang mengemukakan bahwa Harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen-elemen lainnya menimbulkan biaya. Maka dari itu penentuan harga jual sangat berpengaruh pada perusahaan, karena untuk membiayai jalannya perusahaan berasal dari hasil penjualan produk.

Industri otomotif, khususnya sepeda motor juga selalu mencermati perilaku konsumen. Perkembangan sepeda motor di Indonesia saat ini sedang mengalami peningkatan yang besar. Semua golongan masyarakat dari bawah sampai golongan atas dapat menggunakan moda transportasi sepeda motor dalam berbagai keperluan, baik urusan bisnis, keluarga, pribadi maupun keperluan lainnya. Perusahaan otomotif menawarkan berbagai macam produk dengan inovasi dari desain, pilihan warna, dan bentuk yang disesuaikan dengan cita rasa dan segmentasi pasar mana yang akan dituju. Terdapat beberapa

merek sepeda motor yang bersaing di Indonesia antara lain Yamaha, Honda, Suzuki, Kawasaki dan lain-lain.

Pasar sepeda motor seperti ini yang menyebabkan persaingan ketat diantara pasar kompetitor usaha di bidang transportasi. Sepeda motor merupakan pengembangan dari sepeda konvensional yang lebih dahulu ditemukan. Hingga saat ini jenis-jenis sepeda motor yang banyak dikenal oleh masyarakat antara lain yaitu Sport, Standart/Naked, Cruiser, Trail/Off-Road, Bebek dan Skuter Matic.

Perkembangan ilmu dan teknologi pada era sekarang sangatlah pesat dari

Peningkatan kemampuan, keterampilan dan profesionalisme sumber daya manusia. Berbagai usaha peningkatan telah dilakukan pada semua bidang termasuk dalam bidang otomotif. Perkembangan teknologi pada bidang otomotif berperan cukup besar terhadap kemajuan bidang-bidang lainnya. Untuk itu perlu adanya tenaga- tenaga ahli dalam bidang ini, Pada masa era globalisasi ini kenyamanan pada mobil dan ruangan sangatlah diperlukan, industri berlomba-lomba menciptakan inovasi baru untuk menambah kenyamanan mobil dan ruangan yang mereka produksi salah satunya dengan pengaturan suhu, kelembaban udara, dan kebersihan didalam ruangan. Berikut adalah data penjualan sepeda motor pada tahun 2021.

Tabel I.1
Data Penjualan Sepeda Motor pada Tahun 2021

No.	Pabrikan	Penjualan	Persentase Market Share
1	Honda	3.928.788 Unit	77,68 %
2	Yamaha	1.063.866 Unit	21,04 %
3	Kawasaki	43.540 Unit	0,86 %
4	Suzuki	18.830 Unit	0,36 %
5	Brand lainnya	2.942 Unit	0,04 %
	Total	5.057.516 Unit	100 %

Sumber : <https://www.aisi.or.id/2022>.

Berdasarkan data diatas Honda menguasai sekitar 77% market share penjualan sepeda motor nasional. Honda mendominasi penjualan motor bebek metic yaitu honda beat. Di posisi kedua yamaha dengan penjualan dominan yaitu matic sport dengan type yamaha Nmax dan posisi ketiga di tepati oleh kawasaki dimana penjualan yang paling dominan di kuasi oleh motor sport 250 cc. Sedangkan Suzuki menjadi produsen sepeda motor dengan tingkat penjualan terendah dimana hanya menguasai market share sebesar 0,36% dengan penjualan dominan yaitu motor sport bebek yaitu satria fu.

Survei awal dilakukan dengan mewawancarai masyarakat tentang sepeda motor Suzuki. Berikut tampilan pendapat dari 30 orang tentang sepeda motor merek Suzuki.

Tabel I.2
Survey Masyarakat Terhadap motor merek Suzuki

No.	Indikator	Jumlah (Org)
1	Brand merek Suzuki belum cukup terkenal di Indonesia	2
2	Kualitas motor Suzuki tidak sesuai dengan harga yang di beli	4
3	Harga jual kembali motor (Bekas) merek Suzuki turun jauh dari harga barunya	10
4	Proses perawatan dan perbaikan motor merek Suzuki tidak mudah dan mahal	5
5	Layanan dan tempat service motor merek Suzuki belum banyak	4
6	Sperpart motor merek Suzuki sulit dicari didaerah tempat tinggal	5
Jumlah		30 Responden

Sumber: Wawancara Pra-Riset 2022

Berdasarkan Tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Variabel Produk

Jawaban : “Brand merek Suzuki sudah cukup terkenal di indonesia” dan “Kualitas motor Suzuki setara dengan harga yang di beli” hal ini mengindikasikan bahwa Brand merek Suzuki belum cukup terkenal di indonesia dan belum banyak yang yakin dengan merek Suzuki yang mana Kualitas motor Suzuki tidak setara dengan harga yang di beli dimana banyak fitur fitur motor Suzuki yang dipangkas di indonesia.

2. Variabel Harga

Jawaban : “Harga jual kembali kendaraan (Bekas) motor Suzuki stabil di pasaran” dan “Proses perawatan dan perbaikan motor Suzuki mudah dan murah” dapat disimpulkan bahwa Harga jual kembali kendaraan (Bekas) motor Suzuki tidak stabil di pasaran. Hal ini mengakibatkan harga bekas

motor Suzuki jatuh di pasaran yang mana pernyataan tersebut menggambarkan biaya perawatan sangat mahal.

3. Variabel Place/lokasi

Jawaban : “Layanan dan tempat service motor Suzuki baik” dan “Sperpart kendaraan motor Suzuki tersedia didaerah tempat tinggal” hal ini mengindikasikan Layanan dan tempat service kendaraan motor Suzuki belum baik dimana saat ingin melakukan service konsumen dibuat menunggu lama di service center. yang mana indikator tersebut menandakan mahalnnya harga seperpat motor Suzuki dikarenakan sperpart harus didatangkan langsung dari negeri asalnya cina dan tidak diproduksi di dalam negeri.

Berdasarkan Hasil survei diatas, Hal ini menjadi perhatian penting bagi merek Suzuki mengingat angka penjualan Suzuki tidak mecapai 1% dari market share yang ada di indonesia Suzuki harus berusaha agar dapat meningkatkan penjualan pada tahun ini hal ini dapat dipengaruhi oleh:

1. Variabel keputusan pembelian konsumen dimana motor merek Suzuki produknya belum memenuhi kualitas yang diinginkan pasaran dan motor merek Suzuki belum banyak pilihan produk hal ini menandakan indikator pilihan produk menjadi masalah, selanjutnya indikator Pilihan Merek dimana motor merek Suzuki tidak begitu terkenal dan masih banyak pilihan merek lain di bandingkan merek suzuki dan indikator Pilihan Penjualan indikator ini dipilih di karenakan penjualan motor merek suzuki menurun dari tahun ke tahun.

2. Variabel Produk dipilih dikarenakan ada 3 indikator yang masuk di dalam variabel produk sesuai dengan temuan fenomena yang ada di lapangan dimana indikator Kesesuaian Kualitas (*Conformance Quality*) mengindikasikan masalah yaitu motor merek suzuki terbilang boros bahan bakar dibandingkan motor merek brend lainya dan juga motor merek suzuki tidak memiliki fitur yang lebih banyak dibandingkan dengan kompetitor lainnya, berikutnya indikator Kemudahan Perbaikan (*Repairability*) motor merek suzuki ketika mengalami kerusakan berat akan sulit untuk di perbaiki hal ini dikarenakan ketika sudah diperbaiki kerusakan itu akan kembali terjadi Selanjutnya Sperpart motor merek Suzuki sulit ditemukan di pasaran dan harus inden cukup lama berikutnya indikator Keandalan (*Reliabilty*) motor merek Suzuki mudah cepat rusak dan motor merek Suzuki belum dapat diandalkan dalam jangka waktu panjang hal ini membuat harga pasaran motor merek suzuki turun.
3. Variabel Harga dipilih dikarenakan ada 3 indikator yang masuk di dalam variabel produk sesuai dengan temuan fenomena yang ada di lapangan dimana indikator Keterjangkauan Harga, Harga motor merek Suzuki harganya lebih mahal dari pada merek lain. Berikutnya indikator Kesesuaian harga dengan kualitas produk dimana Harga motor merek Suzuki terlalu mahal untuk kualitas yang didapatkan dibandingkan kompetitor lainnya. Indikator Kesesuaian harga dengan manfaat Harga tergolong mahal dibandingkan dengan manfaat yang didapatkan dimana banyak fitur fitur yang tidak dimiliki motor merek lainnya yang ada pada motor merek suzuki.

4. Variabel Tempat dipilih dikarenakan ada 3 indikator yang masuk di dalam variabel produk sesuai dengan temuan fenomena yang ada di lapangan dimana indikator Saluran pemasaran mengindikasikan Pemasaran yang dilakukan dilokasi dan waktu yang tidak tepat hal ini dikarenakan kurangnya promosi melalui iklan baik media cetak maupun media online selanjutnya indikator Persediaan dimana Persediaan Suku cadang yang ada di service center tidak ready dan harus inden yang terakhir indikator Transportasi dimana Perusahaan motor merek Suzuki tidak menyediakan kendaraan untuk teknisi Service home yang akan datang kerumah jika ada masalah pada motor merek Suzuki jika tidak bisa dibawa ke Service center

Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Oleh karena itu pengusaha harus jeli dalam melihat faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan untuk menarik konsumen.

Berdasarkan uraian fenomena diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian mengenai **Pengaruh Produk, Harga dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Suzuki di Kecamatan Sebrang Ulu II, Kota Palembang.**

B. Rumusan Masalah

1. Adakah Pengaruh Produk, Harga dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor merek Suzuki di Kecamatan Sebrang Ulu II, Kota Palembang?
2. Adakah Pengaruh Produk terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor merek Suzuki di Kecamatan Sebrang Ulu II, Kota Palembang?
3. Adakah Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor merek Suzuki di Kecamatan Sebrang Ulu II, Kota Palembang?
4. Adakah Pengaruh Tempat terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor merek Suzuki di Kecamatan Sebrang Ulu II, Kota Palembang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Produk, Harga dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor merek Suzuki di Kecamatan Sebrang Ulu II, Kota Palembang.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Produk terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor merek Suzuki di Kecamatan Sebrang Ulu II, Kota Palembang.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor merek Suzuki di Kecamatan Sebrang Ulu II, Kota Palembang.
4. Untuk Mengetahui Pengaruh Tempat terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor merek Suzuki di Kecamatan Sebrang Ulu II, Kota Palembang.

D. Manfaat Penulisan

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat memberikan gambaran praktek dari teori yang selama ini diperoleh selama perkuliahan, khususnya dalam konsentrasi Pemasaran serta dapat meningkatkan kemampuan menganalisis suatu masalah melalui penelitian secara langsung.

2. Bagi Almamater

Hasil penelitian dapat menjadi salah satu sumber referensi untuk peneliti selanjutnya, khususnya penelitian yang memiliki topik relatif sama.

3. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini di harapkan untuk memberikan masukan serta evaluasi dan pemikiran bagi produsen motor Suzuki

DAFTAR PUSTAKA

- Aldi M (2020) *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Motor Suzuki Satria F 150 pada PT. Sinar Galesong Pratama Makassar* E-Journal Ilmu Manajemen : Vol 2, No 1 Tahun 2018
- Abedneigo C. Rambulangi (2020) *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Membeli Motor Merek Suzuki (Studi Kasus Pt. Sinar Galesong Mandiri Kabupaten Toraja Utara)* E-Journal Jemma : Vol 3, No 1 Tahun 2020
- Arif Sudaryana (2019) *Analisis Keputusan Konsumen dalam Pembelian Sepeda Motor Merek Suzuki di Yogyakarta.* E-Journal upy Vol 13, No 2 Tahun 2016
- Buchari Alma, (2018) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.* Bandung. Alfabeta
- Dwi Sapto Yudiyanto (2021) *pengaruh bauran pemasaran (produk, promosi, saluran Tempat, orang, bukti fisik, proses dan harga) terhadap penjualan sepeda motor Suzuki (studi kasus pada PT. Sumber Baru Jaya Gemilang Kabupaten Boyolali).* E-Journal Eprints : Tahun 2016
- Anang Firmansyah dan Didin Fatihudin, (2019). *Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*, Yogyakarta, CV Budi Utama.
- Hasan, M.Iqbal.2008. *Pokok – Pokok Materi Statistika 1 (Statistika Deskriptif) Edisi Kedua.* Bumi Aksara. Jakarta.
- Kothler, Philip, Amstrong. 2017. *Pemasaran*, Edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta
- Kotler dan Keller. 2017. *Keputusan pembelian dan indikator manajemen pemasaran* Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2017). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip And Gary Armstrong.(2018). *Principle Of Marketing, 17 Global Edition*, Pearson Education Limited, New York.
- Nurafliyani Adiko (2017) *Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian motor Suzuki pada PT.Sinar Galesong Mandiri Gorontalo.* E-Journal Repository : Tahun 2017

- Rifai, Didit Fachri (2020) *Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Motor Suzuki Jenis Bebek pada PT. Sinar Galesong Pratama*. E-Journal Garuda : Vol 1, No 1 Tahun 2017
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.