

**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO DI  
KECAMATAN ILIR BARAT I PALEMBANG**

**SKRIPSI**



**OLEH :**

**NAMA : HERMAN SUSANTO  
NIM : 212012274.P**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2016**

**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO DI  
KECAMATAN ILIR BARAT I PALEMBANG**

**SKRIPSI**

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



**OLEH :**

**NAMA : HERMAN SUSANTO  
NIM : 212012274.P**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2016**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Herman Susanto  
NIM : 212012274.P  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Palembang, 3 Maret 2016  
Penulis



Herman Susanto

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang

## TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO DI  
KECAMATAN ILIR BARAT I PALEMBANG**

Nama : **Herman Susanto**  
NIM : **212012274.P**  
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**  
Program Studi : **Manajemen**  
Mata Kuliah Pokok : **Manajemen Pemasaran**

Diterima dan Disahkan  
Pada tanggal 13-04-2016

Pembimbing,



Hj. Zuhriyah, S.E., M.Si  
NIDN: 0018105606

Mengetahui  
Dekan

Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si  
Ketua Program Studi Manajemen



Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si  
NIDN/NBM: 0216057001/673839

## MOTO DAN PERSEMBAHAN

**Motto :**

Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran..

(Q.S. An Nahl: 90)

**Skripsi ini kupersembahkan untuk :**

- ❖ **Istri dan Anakku tercinta**
- ❖ **Bapak dan Mamak tersayang**
- ❖ **Bapak dan Mama Mertua tersayang**
- ❖ **Saudara-Saudaraku**
- ❖ **Sahabat-Sahabatku**
- ❖ **Pembimbing Skripsi**
- ❖ **Almamater**



## PRAKATA

Alhamdulillah Robbil 'Alamin, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio di Kecamatan Ilir Barat I Palembang". Sholawat dan salam semoga selalu tercurah pada junjungan kita Nabi Muhammad SAW dan keluarga beserta para sahabat dan umat yang meyakiniNya.

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk, seperti produk, harga dan promosi. Yamaha adalah pabrikan motor yang dikenal di Indonesia sejak lama dengan *tag line* "Yamaha semakin di depan" maka Yamaha terus berinovasi dengan membuat terobosan baru motor yang di ciptakan sesuai kebutuhan konsumen. Yamaha lebih di kenal oleh masyarakat karena mengedepankan desain yang keren dari setiap type yang di luncurkannya, salah satunya adalah motor dengan jenis Matik yakni Yamaha Mio. Oleh sebab itu penulis melakukan penelitian pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio. Adapun penulisan laporan penelitiannya dibagi menjadi lima bab berturut-turut, bab pendahuluan, bab kajian pustaka, bab metode penelitian, bab hasil dan pembahasan, dan bab simpulan dan saran.

Penulisan laporan ini tidak akan selesai tanpa dorongan dan dukungan banyak pihak. Oleh sebab itu penulis sampaikan terima kasih kepada istriku, kedua orang tuaku, kedua mertuaku dan saudara-saudaraku yang telah membantu, mendidik, membiayai, mendoakan, dan memberikan dorongan serta semangat kepada penulis. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Ibu Hj. Zuhriyah, S.E., M.Si. yang telah membimbing dan memberikan pengarahan serta saran-saran dengan tulus dan ikhlas dalam menyelesaikan skripsi ini. Selain itu, disampaikan juga terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mengizinkan, membantu penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang:

1. Bapak DR. Abid Djazuli, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Drs. Fauzi Ridwan, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si. dan Ibu Diah Isnaini Asiati, S.E., M.M. selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak Yudha Mahrom, S.E., M.Si selaku pembimbing akademik.

5. Ibu DR. Sri Rahayu, S.E., M.M., Ibu Ervita Safitri, S.E., M.Si. dan Ibu Hj. Zuhriyah, S.E., M.Si. selaku penguji skripsi.
6. Bapak dan Ibu dosen beserta staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Bapak/Ibu responden yang telah membantu memberikan data untuk penulisan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabatku dan teman-teman seperjuangan.
9. Teman-teman KKN di Desa Talang Ipuh Kecamatan Suak Tapeh Kabupaten Banyuasin.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT. membalas budi baik kalian. Akhirul kalam dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga amal dan ibadah yang dilakukan mendapat balasan dari-Nya. Serta penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Palembang,     Maret 2016.

Penulis.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN PRAKATA.....	v
HALAMAN DAFTAR ISI.....	vii
HALAMAN DAFTAR TABEL.....	x
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	xi
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK .....	xiii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II. KAJIAN PUSTAKA.....	7
A. Penelitian Sebelumnya .....	7
B. Landasan Teori .....	9
1. Perilaku Konsumen.....	9
a. Definisi Perilaku Konsumen .....	9
b. Model Perilaku Konsumen.....	10
2. Stimulasi Pemasaran .....	12
a. Produk .....	12
b. Harga .....	19
c. Promosi.....	23
d. Distribusi .....	28
e. Stimulasi Pemasaran Lain .....	29
3. Karakteristik yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	30
4. Proses Keputusan Pembelian .....	33
5. Keputusan Pembelian.....	35
C. Hipotesis .....	38



BAB III. METODE PENELITIAN .....	39
A. Jenis Penelitian .....	39
B. Lokasi Penelitian.....	40
C. Operasionalisasi Variabel .....	40
D. Populasi dan Sampel.....	41
1. Populasi.....	41
2. Sampel.....	41
E. Data yang Diperlukan .....	42
F. Metode Pengumpulan Data .....	42
G. Analisis Data dan Teknik Analisis .....	43
1. Analisis Data .....	43
2. Uji Instrumen .....	44
a. Uji Validitas .....	44
b. Uji Reliabilitas.....	46
3. Teknik Analisis .....	47
a. Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
b. Uji Koefisien Determinasi (R) .....	48
c. Uji F.....	48
d. Uji t.....	49
 BAB IV. ANALISIS PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	 51
A. Hasil Penelitian.....	51
1. Gambaran Umum Produk .....	51
a. Sejarah Sepeda Motor Yamaha .....	51
b. Visi dan Misi PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing .....	54
c. Perkembangan Yamaha Mio Series .....	55
2. Spesifikasi Motor Matik Yamaha Mio.....	57
a. Mio J-FI.....	57
b. Mio J-Teen FI.....	60
c. Mio M3 125.....	62
d. Mio Soul GT.....	65
e. Mio Soul GT Street .....	66
f. New Mio GT .....	67
g. New Mio M3 (CW dan SP).....	70
3. Karakteristik Responden .....	73
a. Jenis Kelamin Responden .....	73
b. Usia Responden.....	74
c. Lamanya Responden Menggunakan Yamaha Mio .....	74
d. Pekerjaan Responden .....	75
e. Pendidikan Terakhir Responden .....	75

4. Gambaran Umum Jawaban Responden .....	76
a. Jawaban Responden Terhadap Variabel Produk ( $X_1$ ) .....	76
b. Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga ( $X_2$ ).....	78
c. Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi ( $X_3$ ) .....	80
d. Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	81
B. Pembahasan Hasil Penelitiian.....	82
1. Analisis Regresi Linier Berganda .....	82
2. Uji Koefisien Determinasi .....	83
3. Uji Hipotesis .....	84
a. Uji F (Simultan) .....	84
b. Uji t (Parsial) .....	86
C. Perbandingan Penelitian Sekarang dengan Penelitian Sebelumnya.....	88
 BAB IV. SIMPULAN DAN SARAN .....	 90
A. Simpulan .....	90
B. Saran .....	91
 DAFTAR PUSTAKA .....	 92
LAMPIRAN .....	94

## DAFTAR TABEL

<b>TABEL</b>	.....	<b>Hal</b>
III.1	Variabel, Definisi dan Indikator .....	40
III.2	Hasil Uji Validitas .....	45
III.3	Hasil Uji Reliabilitas .....	47
IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	74
IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Yamaha Mio .....	74
IV.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	75
IV.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	75
IV.6	Jawaban Responden Terhadap Variabel Produk ( $X_1$ ) .....	76
IV.7	Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga ( $X_2$ ).....	78
IV.8	Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi ( $X_3$ ) .....	80
IV.9	Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	81
IV.10	Coefficients <sup>a</sup> .....	82
IV.11	Model Summary .....	83
IV.12	ANOVA <sup>a</sup> .....	85

## DAFTAR GAMBAR

<b>GAMBAR</b>	.....	<b>Hal</b>
II.1	Model Perilaku Konsumen .....	11
II.2	Tahap-Tahap dalam Proses Pembelian.....	35

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Rekap Jawaban Responden
- Lampiran 3 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 Hasil Uji Regresi
- Lampiran 6 Surat Keterangan Riset
- Lampiran 7 Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
- Lampiran 8 Lembar Persetujuan Skripsi
- Lampiran 9 Sertifikat Lulus Membaca Al-Qur'an
- Lampiran 10 Sertifikat TOEFL
- Lampiran 11 Biodata Penulis

## ABSTRAK

### **Herman Susanto/212012274.P/2012/ Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio Di Kecamatan Ilir Barat I Palembang/Manajemen Pemasaran**

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah adakah pengaruh faktor produk, harga dan promosi secara bersama-sama, terhadap keputusan pembelian sepeda motor; dan adakah pengaruh faktor produk, harga dan promosi secara parsial, terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio di Kecamatan Ilir Barat I Palembang. Tujuannya untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor produk, harga dan promosi secara bersama-sama, terhadap keputusan pembelian sepeda motor; dan pengaruh faktor produk, harga dan promosi secara parsial, terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio di Kecamatan Ilir Barat I Palembang.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Terdapat satu variabel terikat dan tiga variabel bebas pada penelitian ini, yaitu keputusan pembelian, produk, harga dan promosi yang secara keseluruhan dikembangkan menjadi 13 indikator. Populasi dalam penelitian ini *infinite* (tidak dapat dihitung). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang tinggal di Kecamatan Ilir Barat 1 Palembang yang menggunakan Yamaha Mio Palembang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah daftar pertanyaan (kuesioner). Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil analisis menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian baik secara simultan maupun secara parsial.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Produk, Harga, Promosi.

## ABSTRACT

**Herman Susanto/ 212012274.P/2016/** *The influence of Product, Price and Promotion on the Decision of Yamaha Mio Motorcycle Purchasing at Kecamatan Ilir Barat 1, Palembang.*

*The problems of this study were whether or not there was an influence of product, price, and promotion on the decision of Yamaha Mio Motorcycle purchasing simultaneously; and whether or not there was an influence of product, price, and promotion on the decision of Yamaha Mio Motorcycle purchasing partially at Kecamatan Ilir Barat 1 Palembang. The objective of this study was to find out and analyze the influence of of product, price, and promotion on the decision of Yamaha Mio Motorcycle purchasing simultaneously; and whether or not there was an influence of product, price, and promotion on the decision of Yamaha Mio Motor purchasing partially at Kecamatan Ilir Barat 1 Palembang.*

*This study was associative research, a research that conducted to find out the correlation of two variables or more. There were one dependent and three independent variables in this research. Purchasing decision, product, price, and promotion were developed to be 13 indicators. The population in this study was infinite (uncountable), they are consumers who live in Kecamatan Ilir Barat 1 Palembang who ride Yamaha Mio motorcycle. The technique for collecting the sample was purposive sampling with some considerations. The data used in this study was primary and secondary data. The technique for collecting the data was questionnaire. The technique for analyzing the data was multiple regression. The result of this study found that there was a significant influence of product, price, and promotion on the decision of Yamaha Mio Motor purchasing simultaneously and partially.*

**Key words :** *Purchasing Decision, Product, Price, and Promotion*





# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi pada saat ini sangatlah penting. Pilihan penggunaan sarana transportasi sangat beragam jenisnya, misalnya sarana angkutan darat dengan menggunakan bus, sarana angkutan laut dengan menggunakan kapal laut, dan sarana angkutan udara dengan menggunakan pesawat udara. Salah satu pilihan sarana angkutan darat untuk mempermudah dan mempercepat jarak tempuh adalah dengan menggunakan sepeda motor.

Pada saat ini kebutuhan sepeda motor bagi masyarakat sangat vital mengingat tingginya kemacetan yang ada di jalan raya, sehingga salah satu alternatif untuk mempermudah dan kelancaran mencapai suatu tujuan di dalam kota, maka sepeda motor merupakan salah satu pilihan yang tepat. Permintaan masyarakat terhadap sepeda motor terus mengalami peningkatan, hal ini memberikan peluang bagi para produsen sepeda motor untuk melakukan inovasi dari produk yang dihasilkannya. Setiap produsen selalu memproduksi sepeda motor dengan desain-desain yang terbaru sesuai dengan keinginan konsumen.

Salah satu tujuan kegiatan pemasaran adalah mempengaruhi konsumen untuk bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada calon konsumen yang merasa sangat membutuhkan produk atau jasa tersebut. Hal ini sangat penting bagi manajer pemasaran atau mereka yang berkecimpung dalam bidang pemasaran untuk memahami tentang perilaku konsumen. Apabila

perusahaan mampu memahami perilaku konsumen, maka perusahaan tersebut akan mampu bersaing, bertahan bahkan mengungguli para pesaingnya.

Menurut Hesti Widiastuti dan Sri Y. Wodiwati (2014: 2) keputusan pembelian merupakan suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk, seperti produk, harga dan promosi. Konsumen memilih produk, menurut Widya A. Putri (2014: 3) tentu saja akan dipengaruhi oleh desain produk yang melekat dan menyertai produk tersebut, seperti merek, bentuk, warna kualitas dan sebagainya. Selain kualitas produk, tinjauan harga juga semakin penting, karena setiap harga yang ditetapkan perusahaan akan mengakibatkan tingkat permintaan terhadap produk berbeda. Selain itu, faktor promosi juga perlu diperhatikan mengingat dewasa ini informasi menjadi hal yang sangat penting bagi konsumen. Sebagai salah satu dari bauran pemasaran, promosi memegang peranan dalam keputusan pembelian konsumen.

Jenis sepeda motor yang sangat digemari konsumen selama ini adalah jenis sepeda motor bebek. Namun pada saat ini, beberapa produsen sepeda motor telah memproduksi dan memasarkan jenis sepeda motor matik. Salah satu produsen yang telah meluncurkan jenis sepeda motor matik adalah merek Yamaha Mio. Produsen sepeda motor Yamaha menciptakan kategori baru, yaitu motor matik untuk perempuan, segmen yang sebelumnya tidak pernah secara khusus dilirik oleh para pemain di industri sepeda motor. Setelah berhasil membidik segmen ini, Yamaha kemudian memperluas pasar Mio ke segmen laki-laki dengan meluncurkan Mio Sporty. Pasar sepeda motor matik di Indonesia sebelumnya

tidak berkembang karena ada persepsi bahwa sepeda motor matik mahal karena teknologinya memang mahal. Untuk mematahkan persepsi itu, Yamaha berani menanam investasi yang cukup besar investasi ini untuk menyamakan harga Mio dengan motor manual.

Persaingan diantara para produsen sepeda motor matik di Indonesia pada saat ini sangat kompetitif. Hal ini ditunjukkan dengan munculnya produk-produk sepeda motor matik sejenis yang dihasilkan oleh Honda dan Suzuki. Honda dan Suzuki yang sebelumnya berkonsentrasi pada sepeda motor bebek, akhirnya menambah lini produknya (new product line) dengan memproduksi jenis sepeda motor matik dengan merek Vario dan Spin. Dari segi iklan, baik Vario maupun Spin tampaknya bermaksud meluaskan pasar. Ini bisa dilihat dari model iklan yang dipakai. Berbeda dengan iklan Mio yang hanya menampilkan wanita, iklan Spin melibatkan pria dan wanita. Iklan ini bermaksud menimbulkan keinginan dari pria dan wanita untuk memakai Spin.

Iklan Vario juga berupaya meluaskan pasar ke konsumen pria. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan model wanita dan pria yang diharapkan lebih mengena ke masing-masing segmen atas dasar jenis kelamin. Tindakan yang dilakukan pesaing dari sepeda motor Mio dari segi penggunaan model iklan tidak diambil diam oleh produsen sepeda motor Yamaha. Serangan balik yang dijalankan Mio adalah dengan iklan. Pertama, iklan komparatif (comparative ads) yang membandingkan Mio dengan pesaingnya. Ciri iklan ini menonjolkan keunggulan mereknya. Kedua, iklan Mio juga telah menggunakan pria sebagai model iklannya.

Penjualan sepeda motor matik mengalami peningkatan dibulan Agustus 2015 lalu, ini merupakan bukti bahwa pengguna sepeda motor jenis matik makin bertambah banyak. Motor matik dari Yamaha yang mengusung teknologi Blue Core kian disukai market, terlihat dari persentase penjualan selama bulan Agustus. Yamaha All New Soul GT naik 32,57% (11.679 unit), Mio M3 naik 41,71% (53.605 unit) menjadikannya sebagai matik Yamaha yang paling laris terjual di Agustus. Yang makin mengejutkan adalah penjualan dari matik premium keluaran Yamaha NMAX naik tajam penjualannya menjadi 110,62% (9.655 unit).

Yamaha adalah pabrikan motor yang dikenal di Indonesia sejak lama dengan *tag line* “Yamaha semakin di depan” maka Yamaha terus berinovasi dengan membuat terobosan baru motor yang di ciptakan sesuai kebutuhan konsumen. Yamaha lebih di kenal oleh masyarakat karena mengedepankan desain yang keren dari setiap type yang di luncurkannya, salah satunya adalah motor dengan jenis Matik yakni Yamaha Mio. Motor Mio ini banyak variannya di antaranya: Yamaha Mio GT, Yamaha Mio GT Moto GP Edition, Yamaha Mio J CW FI, Yamaha Mio J CW FI TEEN, Yamaha Mio J FI, Yamaha Mio M3 125 CW, Yamaha Mio M3 125 SP, Yamaha Mio Soul, dan Yamaha Mio Sporty CW. Dari banyaknya varian yang disediakan dan juga pilihan warna, Yamaha tetap optimis menjadi motor yang terdepan. Baik dari segi desain ataupun performa. Bukan hanya sebatas itu saja dengan fitur yang lengkap, tentunya konsumen akan memilih Yamaha sebagai produk favoritnya.

Mengenai harga motor mio ini juga beragam sesuai dengan Tipe motornya, walaupun demikian Yamaha tetap mengimbangi dengan *budget*

masyarakat pada umumnya, maka dari itu Yamaha tetap yang terdepan dengan harga yang terjangkau.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio di Kecamatan Ilir Barat I Palembang.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio di Kecamatan Ilir Barat I Palembang?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan masalah yang dikemukakan sebelumnya maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio di Kecamatan Ilir Barat I Palembang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian mengenai Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio di Kecamatan Ilir Barat I Palembang, adalah:

1. Bagi Penulis

Penerapan dengan melakukan penelitian ini dapat memberikan gambaran dari aplikasi teori yang selama ini diperoleh selama perkuliahan, khususnya konsentrasi manajemen pemasaran.

2. Bagi Almamater

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

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrianto. 2014. *Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda Mega Pro di Kecamatan Ilir Barat I Palembang*. Skripsi Tidak Diterbitkan. Palembang: Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Assael, Henry. 2001. *Consumer Behavior*. Edisi ke 6. New York: Thomson-Learning.
- Buchari Alma. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi.
- Hesti Widiastuti dan Sri Y. Wodiwati. 2014. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian: Studi Kasus Pada Mie Jakarta 69, Jl. MT. Haryono No. 914B, Semarang*. Fokus Ekonomi Vol. 9 No. 1 Juni 2014: 1–10 (<http://182.255.0.172/ejournal/index.php/fokus/article/viewFile/10/10>, diakses 17 Oktober 2015)
- Husein Umar. 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Husein Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi ke 2. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Alih Bahasa Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi ke 13. Alih Bahasa Bob Sabran. Jakarta: Erlangga
- M. Iqbal Hasan. 2010. *Statistik 2*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mudrajad Kuncoro. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Rambat Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan 16. Bandung : Alfabeta.

Widya A. Putri. 2014. *Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang*. Skripsi Tidak Diterbitkan. Palembang: Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Palembang.