

**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA VARIO DI
KECAMATAN SEBERANG ULU 1 KOTA PALEMBANG**



SKRIPSI

Nama: M Rendi Saputra

NIM: 212022271

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2026

SKRIPSI

**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA VARIO DI
KECAMATAN SEBERANG ULU 1 KOTA PALEMBANG**

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



Nama: M Rendi Saputra

NIM: 212022271

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2026

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M Rendi saputra
NIM : 212022271
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Produk Harga Dan Promosi Terhadap
Keputusan Pembelian Motor Honda Vario Di Kecamatan
Seberang Ulu 1 Kota Palembang

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana strata I 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.
3. 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.
4. 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, Februari 2026



M Rendi Saputra

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Produk Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan
Pembelian Motor Honda Vario Di Kecamatan Seberang
Ulu I Kota Palembang
Nama : M Rendi Saputra
NIM : 212022271
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

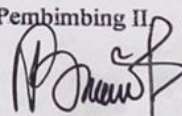
Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal, April 2026

Pembimbing I,



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

Pembimbing II



Arniza Nilawati, S.E., M.M
NIDN : 0215057001

Mengetahui

Dekan



Ueb Ketua Program Studi Manajemen

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

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Allah memang tidak menjanjikan hidupmu akan selalu muda, tapi dua kali Allah berjanji bahwa: “Fa inna ma’al-‘usri Yusra, Inna ma’al-usri Yusra”
“setiap kesulitan pasti ada kemudahan”

(QS.AL-Insyirah 94:5-6)

“Takdir milik Allah, tapi usaha dan do’a milik kita. Terus berdo’a sampai bismillah menjadi alhamdulillah”

(QS. Ghafir Ayat 60)

Dengan mengucapkan rasa syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT. Skripsi ini saya persembahkan teruntuk orang-orang yang saya sayangi:

1. kepada kedua orang tuaku tercinta yang telah dengan ikhlas dan tulus memberikan segalanya untuk kebahagiaan anaknya.
2. Untuk kakak-kakak tersayang serta keluarga besarku yang selalu mendoa’akanku.
3. Teman-Teman dan sahabatku tercinta yang telah membantu dan mendukung.
4. Dosen beserta Almamater kebangganku Universitas Muhammadiyah Palembang.

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Asslamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah subhanahu wa ta'ala atas berkat rahmat, hidayah dan serta karunianya sehingga penelitian dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tuntas yang berjudul Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang. Shalawat beriring salam semoga senantiasa tercurah kepada suri taudalan kita Nabi Muhammad Shallallahu'alaihi wasallam beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Penulis mohon maaf jika dalam skripsi ini masi terdapat banyak kekurangan karena proses penyusunan skripsi tidaklah mudah dan butuh perjuangan yang berat pada kesempatan ini, teristimewa penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tuaku tercinta Ibu marlina dan Bapak salim yang telah mendidik dengan penuh kasih sayang, senantiasa telah memberikan doa dan dukungan, kasih sayangnya, memberikan pengorbanan moral dan material, dan kepada seluruh keluarga besarku yang selalu mendokan dan mendukung untuk kesuksesan penulis

Selanjutnya penulis juga mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. abid Djazuli, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Dr. 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, CHRO. Dan Bapak Dr. Mister Candra,s.pd., M.Si. selaku Ketua dan Sektretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing 1 dan ibu Arniza Nilawati, S.E., M.M selaku Dosen pembimbing 11 yang sabar membimbing, mendidik dan memberikan arahan serta motivasi dan masukan yang amat berguna sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan tepat waktu.
5. Ibu Efrina Masdaini,SE, M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing saya selama dibangku perkuliahan.
6. Ibu Dr. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si selaku penelaah 1 dan ibu Ummi Kalsum, S.E., M.Si selaku penelaah II dalam seminar proposal.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan bisnis yang telah mengajarkan ilmunya dan memberikan nasehat kepada penulis selama belajar di Universitas Muhammadiyah Palembang beserta seluruh staf Falkultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan Kelancaran administrasi.
8. Terima kasih kepada Konsumen Motor Honda vario seberang ulu 1 yang sangat membantu penulis dalam melakukan penelitian dari awal sampai dengan selesai.
9. Kepada wahyu, medi, ghali, edi, ipan, topek, rama, dona,ika,tasya,widya terimakasih atas kebersamaan, dukungan, serta semangat yang tak pernah surut

selama proses kuliah/skripsi ini. Terima kasih telah menjadi teman berbagi cerita, bertukar pikiran, dan saling menguatkan di setiap langkah perjuangan ini. Kehadiran kalian memberi warna dan makna dalam perjalanan akademis penulis

Semoga ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya khalayak ramai pada umumnya. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya semoga Allah Subhanahu wa ta'ala membalas kebaikan selama penulisan skripsi ini. Semoga skripsi bermanfaat Aain ya Rabbal'alamin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Palembang, Febuari2026
Penulis,

M Rendi Saputra
Nim 212022271

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEBAHAN	v
HALAMAN PRAKATA.....	vi
HALAMAN DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
A. Kajian Pustaka	14
B. Penelitian sebelumnya	22
C. Kerangka Pemikiran.....	26
D. Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Jenis Penelitian.....	33
B. Lokasi penelitian	34
C. Operasionalisasi Variabel	34
D. Populasi dan sampel	35
E. Data Yang Diperlukan.....	36
F. Metode Pengumpulan Data.....	37
G. Analisis Data dan Teknik Analisis.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
A. Hasil Penelitian	46
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	69
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	77
A. Simpulan	77
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Jumlah Sepeda Motor di Indonesia Tahun 2020–2025.....	4
Tabel I.2 Survei Top Brand Award	7
Tabel 1.3 Alasan Konsumen Seberang Ulu 1 Tidak Menyukai Sepeda Motor Vario.....	9
Tabel III.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	34
Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel IV. 4 Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel IV.5..Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	56
Tabel IV.6 Hasil Uji Validitas Variabel Produk	58
Tabel IV.7 Hasil Uji Validitas Variabel harga.....	60
Tabel IV.8 Hasil Uji Promosi.....	62
Tabel IV.9 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	64
Tabel IV.10 Hasil Uji F (Simultan).....	65
Tabel IV.11 Hasil Uji T (Parsial)	66
Tabel IV.12 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.2 Survei Top Brand Award Motor Matic	7
Gambar II.1 Kerangka Pemikiran Penelitian	32
Gambar IV.1 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Gambar IV.2 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
Gambar IV.3 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Jadwal penelitian
- Lampiran 2 : Kuesioner
- Lampiran 3 : Tabulasi
- Lampiran 4 : Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas dan Reabilitas
- Lampiran 6 : Hasil Uji F, uji t, dan Uji R, Koefisien Determinasi
- Lampiran 7 : Tabel R
- Lampiran 8 : Tabel F
- Lampiran 9 : Tabel T
- Lampiran 10 : Surat Keterangan telah melakukan riset
- Lampiran 11 : Hasil Plagiat Turnitin
- Lampiran 12 : Kartu Aktivitas Bimbingan
- Lampiran 13 : Bukti pelunasan BPP
- Lampiran 14 : Sertifikat SPSS
- Lampiran 15 : Sertifikat AIK
- Lampiran 16 : Sertifikat Komputer
- Lampiran 17 : Sertifikat SKPI
- Lampiran 18 : Biodata Penulis

ABSTRAK

M Rendi Saputra, Diah Isnaini Asiati, Arniza Nilawati / Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Moto Honda Vario DI Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian motor honda vario dikecamatan seberang ulu 1 kota Palembang. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, Variabel yg digunakan terdiri dari independent produk harga dan promosi serta variabel independen yaitu keputusan pembelian Populasi dalam penelitian ini konsumen motor honda vario di kecamatan seberang ulu 1 kota Palembang, dengan Teknik pengambilan sampel menggunakan metode pupposive sampling denga jumlah sampel sebanyak 100 responden . Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh langsung dari konsumen motor honda vario. Teknik pengumpulan data melalui ku esioner kepada responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan program statistic SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama produk,harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial , Variabel produk,harga dan variabel promosi masing-masing juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk, semakin sesuai harga yang ditawarkan, serta semakin efektif promosi yang dilakukan, maka akan meningkatkan keputusan konsumen dalam membeli motor honda vario. Determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel produk,harga dan promosi mampu menjelaskan keputusan pembelian sebesar 86,3%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain tidak teliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Produk, Harga, Promosi, Keputusan pembelian

ABSTRAC

M Rendi Saputra, Diah Isnaini Asiati, Arniza Nilawati/ The Influence of product, price, and promotion on the Purchase Decision of Honda Vario Motorcycles in Seberang Ulu I District, Palembang City.

This study aims to determine the effect of product, price, and promotion on purchasing decisions for Honda Vario motorcycles in Seberang Ulu I sub-district, Palembang city. The research method used is quantitative research with an associative research type. The variables used consist of independent products, prices, and promotions, and the independent variable is purchasing decisions. The population in this study were Honda Vario motorcycle consumers in Seberang Ulu I sub-district, Palembang city, with the sampling technique using the purposive sampling method. The data used are primary data obtained directly from Honda Vario motorcycle consumers. The data collection technique was through questionnaires to respondents. The data analysis technique used was multiple linear regression analysis with the help of statistical programs. The results of the study show that together, product, price, and promotion have a significant effect on purchasing decisions partially. Product, price, and promotion variables also have a significant effect on purchasing decisions. This shows that the better the product quality, the more appropriate the price offered, and the more effective the promotion carried out, the more it will increase consumer decisions in purchasing Honda Vario motorcycles.

Keyword: Product, Price, Promotion, Purchasing Decision.

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran bagi seluruh pelaku bisnis adalah suatu kegiatan yang sangat penting karena berpengaruh bagi kelangsungan hidup, laba dan pertumbuhan. Menurut Tjiptono dan Diana (2020:3), pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan dan lingkungan yang dinamis.

Salah satu konsep pemasaran adalah perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah studi mengenai bagaimana tindakan individu, organisasi, dan kelompok dalam membeli, memilih, dan menggunakan ide, produk maupun jasa dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan (Kotler & Keller, 2016:179).

Salah satu topik dalam perilaku konsumen adalah keputusan pembelian. Keputusan pembelian konsumen adalah Keputusan pembelian adalah proses mental dimana konsumen menentukan pilihan terbaik setelah membandingkan manfaat, harga, dan nilai produk. Mereka menekankan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis (Kotler & Armstrong, 2018:158).

Menurut Kotler & Keller (2021:116) secara keseluruhan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah rangsangan pemasaran, rangsangan lain, karakteristik pembeli, dan proses pengambilan keputusan. Unsur-unsur dalam rangsangan pemasaran adalah produk, harga, distribusi, dan komunikasi yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah produk segala sesuatu yang mencangkup dan memberikan nilai (*value*) untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan seseorang. Pengertian ini menjelaskan bahwa produk adalah nilai dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli. Ketika produk memiliki mutu yang baik dan sesuai dengan harapan konsumen, maka pelanggan akan merasa puas terhadap produk tersebut. Sebaliknya, apabila kualitas produk yang diterima tidak sesuai dengan Harapan, maka pelanggan cenderung akan merasa tidak puas, Tjiptono (2020:206)

Harga adalah salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian Konsumen akan mengevaluasi apakah harga suatu produk sebanding dengan manfaat (*value*) yang diperoleh. Semakin konsumen merasa bahwa harga sesuai dengan kualitas, maka kemungkinan keputusan pembelian meningkat, Kotler & Armstrong (2018:290)

Promotion, Menurut Kotler dan Keller (2016:47), Promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya. Dari definisi diatas disimpulkan bahwa promosi adalah mempengaruhi dan membujuk pelanggan sasaran agar mau membeli atau mengalihkan pembelian pada produk yang dihasilkan perusahaan.

Dalam era globalisasi, tingkat persaingan antar perusahaan semakin intensif, sehingga menuntut masyarakat untuk menerapkan efisiensi dalam berbagai aktivitas sehari-hari, termasuk dalam memenuhi kebutuhan transportasi. Kondisi ini turut memengaruhi preferensi masyarakat dalam memilih alat transportasi yang dinilai mampu memberikan kemudahan, efektivitas, serta efisiensi waktu dan biaya. Tren tersebut menjadi peluang bagi perusahaan-perusahaan besar yang bergerak di sektor otomotif untuk terus meningkatkan kinerja penjualannya melalui penerapan strategi pemasaran yang tepat. Salah satu langkah strategis yang dapat dilakukan adalah dengan memperkuat kualitas produk, membangun kualitas produk yang positif, serta mengoptimalkan kegiatan promosi. Apabila perusahaan berhasil menanamkan kualitas produk dan harga yang kuat di benak konsumen, maka dapat dikatakan bahwa merek tersebut memiliki ekuitas yang tinggi

Bisnis transportasi juga memiliki perhatian terhadap perilaku konsumen. Pada saat ini, motor, sebagai salah satu alat transportasi menjadi modal transportasi yang mengalami peningkatan penggunaan paling signifikan. Penggunaan sepeda motor mampu memperpendek waktu tempuh menuju lokasi tujuan karena memungkinkan pengendara menghindari kemacetan. Selain efisiensi waktu, sepeda motor juga memberikan keuntungan dalam hal penghematan biaya bahan bakar. Kemudahan akses dalam memperoleh sepeda motor melalui jaringan dealer yang tersebar luas

serta ketersediaan fasilitas kredit menjadi salah satu faktor yang turut mendorong meningkatnya jumlah pengguna.

Tabel I.1
Jumlah Sepeda Motor Di Indonesia
tahun 2020-2025

No	Tahun	Jumlah Sepeda Motor (juta unit)
1	2020	115,00
2	2021	121,10
3	2022	125,30
4	2023	132,43
5	2024	138,50
6	2025	144,80

Jumlah sepeda motor terus meningkat dari tahun ke tahun, mencerminkan pertumbuhan kepemilikan kendaraan bermotor pribadi di tengah urbanisasi, perkembangan ekonomi, dan kebutuhan mobilitas yang semakin tinggi. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), populasi sepeda motor di Indonesia pada tahun 2020 hingga 2025. Pada tahun 2020 jumlah sepeda motor tercatat sebanyak 115 juta unit dan terus meningkat hingga mencapai 132,43 juta unit pada tahun 2023. Peningkatan ini menunjukkan adanya pertumbuhan kepemilikan kendaraan motor yang cukup

setiap tahunnya adapun data tahun 2024 dan 2025 berdasarkan estimasi berdasarkan pertumbuhan pada tahun sebelumnya

Pertumbuhan ini didorong oleh beberapa faktor. Pertama, daya beli masyarakat yang terus meningkat, seiring dengan pemulihan ekonomi dan peningkatan pendapatan. Hal ini tercermin dari angka penjualan sepeda motor yang juga tumbuh: misalnya, pada 2024 penjualan mencapai 6,33 juta unit, melebihi target Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI). Target penjualan sepeda motor 2024: Sekitar 6,2-6,5 juta unit.

Faktor kedua, Produsen sepeda motor termasuk Honda terus menghadirkan inovasi seperti fitur hemat bahan bakar (eSP,ISS), Sistem pengereman CBS/ABS, Panel meter digital hingga peningkatan kapasitas mesin yang lebih efisien, Inovasi ini membuat motor semakin dinikmati karena menawarkan kenyamanan, Keamanan, Dan efisiensi yang lebih baik. Semakin maju teknologi, Semakin kuat pula daya Tarik produk dimata konsumen.

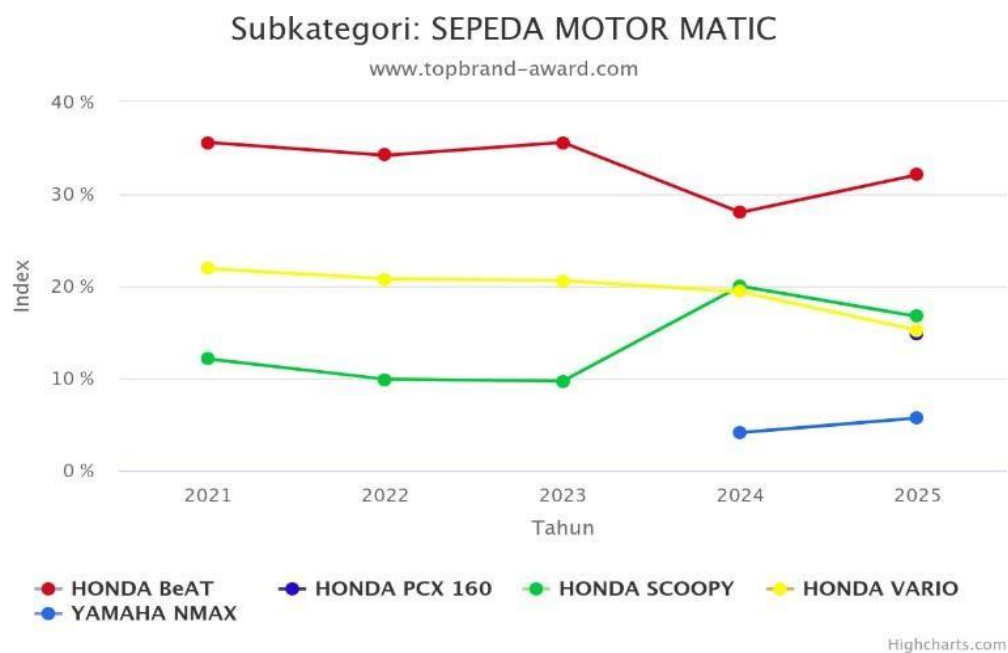
Faktor ketiga, Masyarakat saat ini membutuhkan transportasi yang praktis, Cepat, Dan hemat biaya untuk mendukung aktivitas harian seperti bekerja, Kuliah, Atau usaha. Motor menjadi pilihan utama karena mampu menjangkau daerah padat, Biaya operasional relative rendah, Serta fleksibel untuk mobilitas kota. Pertumbuhan layanan online seperti ojek daring juga turut mendorong permintaan motor, Terutama model Skutik seperti Honda Vario.

Honda secara konsisten menghadirkan dan memasarkan sepeda motor dengan kualitas yang sulit ditandingi, sekaligus memberikan nilai optimal dibandingkan produk para pesaingnya. Perusahaan ini menawarkan beragam tipe dan desain sepeda motor yang disesuaikan dengan karakteristik serta kebutuhan tiap kelompok konsumen, sehingga membantu mereka membuat keputusan pembelian yang paling tepat bagi diri mereka.

Untuk mencapai keberhasilan dalam persaingan, perusahaan perlu memenuhi syarat utama, yaitu kemampuan menciptakan sekaligus mempertahankan pelanggan. Guna mewujudkan tujuan tersebut, setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan serta menyampaikan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Melalui upaya tersebut, manajemen perusahaan dapat merumuskan strategi dan program yang tepat guna memanfaatkan peluang yang tersedia serta memperoleh keunggulan dibandingkan para pesaingnya.

Di Kecamatan Seberang Ulu I Kota Palembang, konsumen yang berminat membeli motor dihadapkan pada beragam pilihan, baik dari dealer resmi, penjual kendaraan bekas, maupun berbagai bentuk promosi pemasaran. Bagi produsen dan pelaku usaha, memahami sejauh mana kualitas produk serta harga memengaruhi keputusan pembelian menjadi penting, karena informasi tersebut dapat menjadi dasar dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif, seperti penentuan harga yang tepat, peningkatan mutu produk, dan penyampaian nilai produk secara lebih komunikatif kepada pelanggan.

Berdasarkan data Top Brand Award, Honda merupakan salah satu merek motor yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia, sebagaimana terlihat pada tahun 2025 seperti tabel berikut:



Sumber: <http://www.topbrand-award.com>

Gambar I.II **Survei Top Brand Award**

Berdasarkan data pada Gambar 1.2 mengenai hasil survei Top Brand Award Honda, diketahui bahwa motor Honda Beat merupakan produk yang paling diminati konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh angka penjualan sebesar 32.10 unit atau 32.1%, sehingga menempatkan Beat pada posisi pertama sebagai motor dengan penjualan tertinggi. Selanjutnya, di posisi kedua

terdapat Honda PCX (160) yang mencatat total penjualan sebanyak 14.90 unit dengan persentase sebesar 14.9%.

Motor Honda Scoopy berada di urutan ketiga dengan jumlah penjualan 16.70 unit atau 16.7%. Sementara itu, Honda Vario menduduki peringkat keempat dengan penjualan mencapai 15.20 unit, setara dengan 15.2% dari total keseluruhan penjualan. Data tersebut menunjukkan adanya perbedaan preferensi konsumen terhadap masing-masing model motor Honda, di mana Beat menjadi produk yang paling dominan, sedangkan Vario menempati posisi paling rendah dalam survei tersebut. Top Brand Index dapat dijadikan sebagai salah satu parameter untuk menilai tingkat keberhasilan suatu merek di mata konsumen, karena mencerminkan tingkat kesadaran, loyalitas dan preferensi masyarakat terhadap produk tersebut. Rendahnya nilai Top Brand index pada Motor Honda Vario mengindikasikan bahwa kinerja pemasaran dan kualitas produk tersebut belum optimal dipasar, khusus dikalangan konsumen masyarakat yang menjadi segmen potensial saat ini.

Untuk memahami lebih dalam penyebab rendahnya nilai Motor Honda Vario, penelitian melakukan pra survei pendahuluan terhadap 30 responden di Kecamatan Sebrang Ulu 1 Kota Palembang, Survei ini bertujuan untuk mengetahui pendapat masyarakat tentang Honda Vario. Berdasarkan hasil pra survei, diperoleh beragam tanggapan dari responden terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mereka dalam membeli Motor Honda

Vario . Adapun hasil tanggapan responden dapat dilihat pada Tabel 1.2 berikut ini

Tabel I.III

Alasan konsumen Seberang Ulu 1 tidak menyukai sepeda motor Honda Vario

No	Alasan	Indikator	Variabel
1	Komponen CVT roller, Vanbelt cepat aus	<i>Reability</i>	produk
2	Suara mesin terdengar kasar setelah pemakaian	<i>Reability</i>	produk
3	Tarikan awal terasa kurang responsif	<i>Performance quality</i>	produk
4	Mesin Vario mudah terasa bergetar pada kecepatan rendah	<i>Performance quality</i>	produk
5	Lampu LED kurang terang di kondisi hujan atau berkabut.	<i>Performance quality</i>	produk
6	Bagian bawah motor mudah kotor terkena cipratan	<i>Performance quality</i>	produk
7	Konsumsi bensin kadang boros jika dipakai macet	<i>Performance quality</i>	produk
8	Jok kurang empuk untuk perjalanan jarak jauh.	<i>Durability</i>	produk
9	Cat motor cepat pudar jika sering terpapar matahari	<i>Durability</i>	produk
10	Suspensi belakang terlalu keras dijalan rusak	<i>Durability</i>	produk
11	Uang muka DP yang ditawarkan dealer memberatkan konsumen	Daya saing harga	harga
12	Cicilan bulanan tergolong tinggi dibanding motor sekelasnya	Daya saing harga	harga
13	Konsumen merasa harga tidak sesuai manfaat	Daya saing harga	harga
14	Sparepart sulit ditemukan di beberapa bengkel non-resmi	Daya saing harga	harga
15	Keamanan minim untuk motor dengan harga hampir 20 juta	Daya saing harga	harga
16	Harga motor dianggap mahal untuk kelas motor 150-125 cc	Keterjangkauan harga	harga
17	Harga ban belakang lebih mahal dibanding merek lain	Keterjangkauan harga	harga
18	Harga suku cadang asli honda cukup mahal	Keterjangkauan harga	harga
19	Biaya servis berkala tergolong mahal	Keterjangkauan harga	harga
20	Harga varian terbaru naik tiap tahun tanpa peningkatan	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	harga
21	Daya tahan CVT tidak sesuai dengan biaya perawatan	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	harga
22	Berbeda dengan iklan	<i>Advertising</i>	promosi

23	Iklan honda vario kurang informatif	<i>Advertising</i>	promosi
24	Desain visual dan konsep iklan terkesan monoton dan berulang	<i>Advertising</i>	promosi
25	Pesan iklan yang digunakan kurang tepat sasaran	<i>Advertising</i>	promosi
26	Program promo honda kurang jelas	<i>Sales promotion</i>	Promosi
27	Penawaran Casback atau cicilan ringan tidak selalu tersedia	<i>Sales promotion</i>	Promosi
28	Program diskon atau potongan harga jarang diberikan dibandingkan merek lain	<i>Sales promotion</i>	Promosi
29	Tidak menjelaskan biaya tambahan	<i>Personal selling</i>	Promosi
30	Pelayanan yang diberikan kurang ramah dan kurang responsif	<i>Personal selling</i>	Promosi

Sumber: Hasil wawancara Pra Riset, Seberang Ulu 1 2025

Berdasarkan pada Tabel 1.III , Tampak alasan konsumen tidak menyukai sepeda motor honda Vario di Karenakan faktor produk,Harga,Promosi

Variabel produk muncul dari produk Motor Honda Vario yang memberikan pertanyaan terkait kondisi produk. Beberapa pertanyaan tersebut antara lain produk, Mesin Vario mudah terasa bergetar pada kecepatan, Tarikan awal terasa kurang responsive, Cat motor cepat pudar jika sering terpapar matahari, Suspensi belakang terlalu keras dijalan rusak, Suara mesin terdengar kasar setelah pemakaian lama, Konsumsi bensin kadang boros jika dipakai macet-macetan, Lampu LED kurang terang dikondisi hujan atau berkabut, Jok kurang empuk untuk perjalanan jarak jauh, Komponen CVT roller, Vanbelt Cepat aus, Bagian bawah motor mudah kotor terkena cipratan.

Variabel harga muncul dari produk Motor Honda Vario yang memberikan pertanyaan tentang Harga yang belum memuaskan. Beberapa keluhan Antara lain, Harga motor dianggap mahal untuk kelas motor 150-125cc, Harga varian terbaru naik tiap tahun tanpa peningkatan, Cicilan bulanan tergolong tinggi dibanding motor sekelasnya, Uang muka DP yang ditawarkan dealer memberatkan konsumen, Biaya servis berkala tergolong

mahal, Harga suku cadang asli honda cukup mahal, Harga ban belakang lebih mahal dibandingkan merek lain, Sparepart sulit ditemukan di beberapa bengkel non-resmi.

Variabel promosi muncul dari produk Motor Honda Vario yang memberikan pernyataan tentang promosi yang belum memuaskan. Beberapa keluhan Antara lain, Iklan honda vario kurang informatif, Program promo honda kurang jelas, Tidak menjelaskan biaya tambahan, Berbeda dengan iklan, Desain visual dan konsep iklan terkesan monoton dan berulang, Pesan iklan yang digunakan kurang tepat sasaran, Program diskon atau potongan harga jarang diberikan dibandingkan merek lain, Perawatan cashback atau cicilan ringan tidak selalu tersedia, Pelayanan yang diberikan kurang ramah dan kurang responsif.

Oleh karena itu, Penelitian tertarik untuk mengangkat fenomena tersebut kedalam suatu penelitian dengan judul: **Pengaruh produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario Di Kecamatan Seberang Ulu**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Motor Honda Vario Di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang?
2. Apakah ada pengaruh produk terhadap keputusan pembelian Motor Honda Vario Di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang?

3. Apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Motor Honda Vario Di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang?
4. Apakah ada pengaruh Promosi terhadap Keputusan pembelian Di kecamatan Seberang Ulu 1

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Motor Honda Vario di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang?
2. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian Motor Honda Vario di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang?
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Motor Honda Vario di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang?
4. Untuk mengetahui Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario Di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penelitian

Penelitian ini, di harapkan akan lebih menambah wawasan ilmu pemasaran mengenai hubungan antara kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian pada produk otomotif, khususnya motor honda vario.

2. Bagi Almamater

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang positif bagi pembaca dan bagi yang ingin melakukan penelitian sebagai sumber informasi, bagi yang objek penelitiannya sama sehingga dapat menjadi acuan untuk penelitian lanjutan nantinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, B. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, B., & Praja. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Ardiansyah, & Surmanto. (2025). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Jebres Surakarta. *Jurnal Penelitian*.
- Asiati, D. I. (2019). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Palembang: Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Budi, & Novita. (2019). Pengaruh Inovasi Produk, Harga dan Kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat di Kota Jambi. *Jurnal Penelitian*.
- Candra, & Sudadi Pranata. (2022). Analisis pengaruh kualitas produk dan harga dalam keputusan pembelian sepeda motor honda Scoopy di Kabupaten Cirebon. *Jurnal Penelitian*.
- Fahmi. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian*.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*. Global Edition. Pearson.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. New Jersey: Pearson Education.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2024). Principles of Marketing. Pearson.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. New Jersey: Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Marketing Management. Global Edition. Pearson.

Santoso, dkk. (2025). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Penelitian.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Manajemen. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Bandung: Alfabeta.

Surmawan. (2015). Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia.

Tania, & Yulianthini. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, desain produk, dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda PCX. Jurnal Penelitian.

Tjiptono, F. (2020). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.