PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA DI KECAMATAN GANDUS PALEMBANG

SKRIPSI

Nama : M. Ilham Kurniawan

NIM : 21 2015 312.M

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2019

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA DI KECAMATAN GANDUS PALEMBANG

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Nama : M. Ilham Kurniawan

NIM : 21 2015 312.M

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2019

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: M. Ilham Kurniawan
NIM	: 21 2015 312.M
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: Manajemen
Konsentrasi	: Pemasaran

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 pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Palembang, 30 Januari 2019

Penulis

M. Ilham Kurniawan

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul	:	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan pembelian sepeda motor Honda di kecamatan Gandus Palembang
Nama	:	M.Ilham Kurniawan
NIM	:	212015312.M
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	:	Manajemen
Mata Kuliah Pokok	:	Pemasaran

Diterima dan disahkan
Pada tanggal, Januari 2019
Pembimbing I,

DR. Trisniarty AM, S.E, M.M
NIDN : 0019026101

Diterima dan disahkan
Pada tanggal, Januari 2019
Pembimbing II,

Juairiah, S.E, M.Si
NIDN : 0207055902

Mengetahui
Dekan
u.b. Ketua Program Srudi Manajemen

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

MOTTO :

"Barang siapa yang bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut untuk kebaikan dirinya sendiri (Q.S Al-Ankabut:6)"

"Boleh jadi kamu membenci sesuatu namun ia amat baik bagimu dan boleh jadi engkau mencintai sesuatu namun ia amat buruk bagimu, Allah maha mengetahui sedangkan kamu tidak mengetahui (Q.S Al-Baqarah:216)"

"Jadi diri sendiri, cari jati diri, dan dapatkan hidup yang mandiri "

Terucap syukur kepadamu
Ya Allah.....

Skripsi kupersembahkan kepada

- *Ayahanda dan Ibunda tercinta (Zulkifli Guci dan Jasmaniar)*
- *Saudara perempuan ku (sarah aulia rahman)*
- *Saudara laki-laki ku (m.firman syahputra)*
- *Teman-teman seperjuangan*
- *Almamaterku*

PRAKATA

Segala puji bagi Allah SWT, berkat rahmadNYA penulisan skripsi dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Kecamatan Gandus Palembang ini dapat penulis selesaikan sebagaimana waktu yang dijadwalkan.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan empat variabel yaitu pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di Kecamatan Gandus Palembang, terdapat 12 indikator dengan 100 sampel. Pada tekhnik analisis penulis menggunakan tehnik regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi.20.0.

Dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kelemahan yang terdapat didalamnya baik isi ataupun penyajian, hal ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan serta informasi yang didapatkan penulis.

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 tentu tidak akan selesai tanpa dorongan dan dukungan banyak pihak. Untuk itu penulis sampaikan terimakasih terutama kepada orang tua yang doa dan bantuannya memiliki makna besar dalam proses ini. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada ibu DR. Trisniarty AM, S.E., M.M dan ibu Juairiah, S.E., M.Si yang telah membimbing dan memberikan masukan guna penyelesaian skipsi ini. Selain itu ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada:

1. Bapak DR. Abid Djazuli, S.E., MM., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Drs. Fauzi Ridwan, SE., MM., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, SE., M.Si. Ketua Jurusan Manajemen dan Ibu Diah Isnaini, SE., M.Si Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu DR. Trisniarty AM, S.E., M.M selaku Pembimbing I penelitian yang telah mengajarkan, membimbing, mendidik, serta memberikan dorongan kepada penulis sehingga penelitian ini dapat di selesaikan dengan baik.
5. Ibu Juairiah, S.E., M.Si. selaku Pembimbing II penelitian yang telah mengajarkan, membimbing, mendidik, serta memberikan dorongan kepada penulis sehingga penelitian ini dapat di selesaikan dengan baik.
6. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Kepala camat dan seluruh warga masyarakat serta responden yang ada di kecamatan Gandus Palembang yang telah memberikan izin penulis melakukan penelitian dan membantu memberikan saran dan bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner kepada penulis..
8. Keluarga Besarku tercinta yang telah memberikan do’a serta dukungannya kepada penulis selama menempuh pendidikan.
9. Keluarga besar kelas malam yang telah membuat hari-hari penulis sangat indah di bangku perkuliahan

10. Teman seperjuangan M.Farhan terima kasih buat bantuan dan dukungannya
11. Dan terkhususnya terima kasih untuk Fika Damai Yanti yang sudah memberikan bantuan, doa dan dukungannya selama proses penulisan skripsi

Semoga Allah SWT membalas budi baik untuk seluruh bantuan yang diberikan guna menyelesaikan tulisan ini. Penulis menyadari, meskipun banyak usaha telah penulis lakukan, akan tetapi laporan ini masih jauh dari sempurna. Meskipun demikian mudah-mudahan dari laporan penelitian ini tetap ada manfaat yang diperoleh. Aamiin.

Palembang, Februari 2019

Penulis

(M.Ilham Kurniawan)

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN..... i

HALAMAN JUDUL..... ii

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT..... iii

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI iv

HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO v

HALAMAN PRAKATA vi

HALAMAN DAFTAR ISI..... ix

HALAMAN DAFTAR TABEL xii

HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN xiv

ABSTRAK xv

ABSTRACT xvi

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 7
C. Tujuan Penelitian 8
D. Manfaat Penelitian 8

BAB II. KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Sebelumnya 9
B. Landasan Teori 11
1. Perilaku Konsumen..... 11
2. Keputasn Pembelian …..... 13
3. Kualitas Produk ……..... 18
4. Harga……...…… 20
5. Promosi…… 21
C. Kerangka Pemikiran 25
D. Hipotesis……. 25

BAB III. METODE PENELITIAN
A. Jenis Penelitian 26
B. Lokasi penelitian 27
C. Operasionalisasi Variabel 28
D. Populasi dan sampel 29
E. Data yang Diperlukan 30
F. Metode Pengumpulan data 30
G. Analisis Data dan Tehnik Analisis 31

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Hasil Penelitian 41
1. Gambaran Umum Tempat Penelitian 41
2. Distribusi responden..... 42
3. Gambaran Jawaban Responden……..... 44
4. Proses Pengujian……..…..…… 56
B. Pembahasan Hasil penelitian..... 67

BAB V. SIMPULAN DAN SARAN
A. Simpulan 73
B. Saran 74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel I.1 3
Tabel II.1 11
Tabel II.2 16
Table III.I 28
Tabel IV.1 42
Tabel IV.2 43
Tabel IV.3 43
Tabel IV.4 44
Tabel IV.5 45
Tabel IV.6 46
Tabel IV.7.....47
Tabel IV.8 48
Tabel IV.9 49
Tabel IV.10 50
Tabel IV.11 51
Tabel IV.12 52
Tabel IV.13 53
Tabel IV.14 54
Tabel IV.15 55
Tabel IV.16 57
Tabel IV.17.....58
Tabel IV.18 59
Tabel IV.19 60
Tabel IV.20 61

Tabel IV.21 62
Tabel IV.22 64
Tabel IV.23 65
Tabel IV.24 66

Daftar Lampiran

Lampiran 1	Form Kuisioner Pendahuluan Penelitian
Lampiran 2	Hasil Kuesioner Pendahuluan
Lampiran 3	Form Kuesioner Penelitian
Lampiran 4	Uji Validitas
Lampiran 5	Uji Realibility
Lampiran 6	Nilai Perhitungan Hasil Kuesioner
Lampiran 7	Jadwal Penelitian
Lampiran 8	Surat Riset
Lampiran 9	Sertifikat AIK
Lampiran 10	Surat Keterangan Abstract
Lampiran 11	Sertifikat toefl
Lampiran 12	Aktifitas Bimbingan Skripsi
Lampiran 13	Biodata

Abstrak

M. Ilham Kurniawan/212015312M/2019/Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Kecamatan Gandus Palembang.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi secara simultan atau parsial terhadap keputasan pembelian konsumen sepeda motor Honda di Kecamatan Gandus Palembang. Tujuannya untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi secara simultan atau parsial terhadap keputusan pembelian konsumen sepeda motor honda di kecamatan gandus Palembang. Jenis penelitian ini termasuk penelitian asosiatif karena penelitian ini berusaha mencari hubungan satu variabel dengan variabel lainnya yaitu variabel promosi, harga, kualitas produk dan keputusan pembelian. Variable yang digunakan adalah Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3), Keputusan Pembelian (Y). Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden, dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling.* Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dengan metode kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil perhitungan regresi linier berganda yang di dapat $Y= 0,171 + 1,252\ X_1 + 0,820\ X_2 + 1,909\ X_3$. Secara simultan (Uji F) ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk, Harga dan promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Kecamatan Gandus Palembang. Secara parsial (Uji t) variabel kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di Kecamatan Gandus Palembang.

Kata Kunci : Kualitas produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian.

Abstract

M. Ilham Kurniawan/212015312M/2019/The Influence Of Product Quality, Prices, And Promotions Toward The Decision Of Purchasing Honda Motorcycles In Gandus Palembang District.

This research was formulated whether or not there was a significant Influence Of Product Quality, Price, And Promotion simultaneously or partially Toward The Decision Of Purchasing Honda Motorcycles In Gandus Palembang District. This research was aimed at determining the Influence Of Product Quality, Price, And Promotion simultaneously or partially Toward consumer purchasing decisions for Honda Motorcycles In the Palembang district of Palembang. The type of this research was an associative research because it wa in line with one variable to another, such as product quality, price, and promotion variables. The variables used were Product Quality (X1), Price(X2), Promotion (X3), Purchasing Decisions (Y). The sample in this studywere 100 respondents got from purposive sampling technique. The data used in this study was primary data through the questionnaire. The analysis technique used through multiple linear regression. The results showed that the results of multiple linear regression calculations obtained Y=0.171+1.252 X1+0.820 X2+1.909 X3. Simultaneously (Test F) which mean that there was a significant Influence Of Product Quality, Prices, And Promotions Toward Honda Motorcycles Purchase Decisions In Gandus Palembang District. Partially (t test) the variable Of Product Quality, Prices, And Promotions Influenced the Purchase Decisions of a Honda Motorcycles In the District of Gandus Palembang.

Keywords: Product quality, price, promotion, purchase decision.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Semakin berkembangnya teknologi dan informasi saat ini kemampuan perusahaan dituntut untuk lebih cermat dalam persaingan bisnis jika perusahaan ingin tetap eksis dalam persaingan maka perusahaan harus memperhatikan salah satu fungsi pokoknya yaitu pemasaran.

Secara umum pemasaran merupakan sebuah bagian inti dari kegiatan ekonomi, kegiatan ini membantu kegiatan tersebut untuk mendapatkan keuntungan yang akan menyebabkan sebuah perusahaan mendapatkan peningkatan keuangan dari hasil menjual produk. Karena fenomena persaingan di era globalisasi akan semangkin mengarahkan sistem perekonomian Negara manapun ke mekanisme pasar yang pada akhirnya memposisikan pemasaran untuk selalu mengembangkan dan merebut pangsa pasar.

Untuk menarik minat konsumen membeli produk yang ditawarkan maka dibutuhkan produk yang bermutu yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan, harga yang kompetitif dibandingkan harga yang ditawarkan pesaing, serta adanya promosi yang efektif dan menarik. Produk yang berkualitas yang ditawarkan akan mempengaruhi minat konsumen terhadap produk tersebut. Setelah mengetahui produk yang berkualitas, maka dengan sendirinya konsumen akan mencoba membandingkan harga yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut dengan harga yang ditawarkan oleh pesaing. Hal yang

kemudian diperhatikan oleh konsumen adalah adakah promosi yang menarik yang menyertai dalam penjualan produk tersebut sehingga mereka tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan.

Merek Honda sejak dulu sudah sangat lama dikenal oleh masyarakat Indonesia, terkhususnya produk sepeda motor. Di kecamatan Gandus Palembang sendiri produk sepeda motor Honda selalu menjadi pilihan masyarakat dalam berkendara untuk menunjang aktivitas mereka sehari-hari. Maka dari fenomena tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di kawasan Gandus, apa yang mempengaruhi masyarakat di kawasan tersebut memilih produk Honda khususnya sepeda motor roda dua dalam melakukan pembelian produk sepeda motor.

Perilaku pembeli merupakan titik tolak konsumen melakukan pembelian. Komponen dari *marketing mix* atau rangsangan pemasaran adalah : produk (*product*), harga (*price*), pendistribusian (*place*), dan pemasaran (*promotion*). Rangsangan lain yang mempengaruhi prilaku konsumen dalam keputusan pembelian adalah faktor ekonomi, budaya, politik dan teknologi.

Berdasarkan prilaku pembeli itu juga peneliti mendapatkan data tentang penjualan sepeda motor yang mendapatkan penjualan terbanyak yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.1.Penjualan kendaraan bermotor roda dua

Merk	Tahun 2015		Tahun 2016		Tahun 2017	
	Unit	%	Unit	%	Unit	%
Honda	4.453.888	63,73	4.380.888	73,86	4.375.888	74,51
Yamaha	1.798.630	27,76	1.394.078	23,50	1.348.211	22,90
Kawasaki	115.008	1,77	97.622	1,65	78.637	1,33
Suzuki	109.882	1,7	56.824	0,96	72.191	1,22
Tvs	2.747	0,02	1.873	0,03	1.176	0.01
Total	6.480.155	100	5.931.285	100	5.886.103	100

Sumber :*www.aisi.or.id*

Berdasarkan data dari Asosiasi Industri Sepeda motor Indonesia (AISI) realisasi penjualan sepeda motor di Indonesia sepanjang 2017 menembus 5,88 juta unit, turun dibandingkan dengan tahun sebelumnya yakni 5,9 juta unit. Data di atas dapat dilihat bahwa pada tahun 2016 penjualan sepeda motor Honda mengalami penurunan. Pangsa pasar sepeda motor Honda juga menurun dibandingkan pada tahun sebelumnya. Persaingan ketat terutama terjadi pada Honda dan Yamaha untuk memperebutkan posisi puncak. Biarpun Honda masih memimpin pasar tetapi penjualannya sedikit terkoreksi.

Menurut Kotler dan Keller (2009:234), keputusan pembelian pelanggan secara penuh merupakan suatu proses yang berasal dari semua pengalaman mereka dalam pembelajaran, memilih, menggunakan, dan bahkan menyingkirkan. Menurut Kotler (2009:181) setiap keputusan pembelian

mempunyai indikator komponen, diantaranya yaitu: pilihan produk, pilihan merek, jumlah pembelian dan metode pembayaran.

PT Astra Honda Motor (AHM) merupakan pelopor industri sepeda motor di Indonesia. Sejak didirikan pada 11 Juni 1971 hingga sekarang perusahaan ini telah menciptakan berbagai jenis sepeda motor di bawah merek Honda. Tidak heran jika merek Honda telah menjadi "*Top of Mind*" serata menjadi pilihan merek di masyarakatIndonesia. Sudah bertahun-tahun Honda adalah pemimpin pasar yang tidak pernah tergeser dari posisinya di puncak sebagai produsen sepeda motor yang paling banyak menjual produknya. Selain itu metode pembayaran juga sangat menentukan pilihan konsumen untuk membeli sepeda motor honda selain kemudahan yang ditawarkan oleh pihak *dealler* dengan metode pembayaran *cash and credit*, hal ini mempermudah bagi konsumen yang kurang mampu atau ekonomi menenggah kebawah karena bisa membeli sepeda motor dengan cara kredit atau berangsur hal ini mampu menarik perhatian masyarakat Indonesia.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:237) kualitas produk adalah keseluruhan barang dan jasa yang berkaitan dengan keinginan konsumen yang secara keunggulan produk sudah layak diperjualan sesuai harapan konsumen. Kualitas produk mempunyai beberapa indikator, antara lain: kinerja, daya tahan, fitur, estetika, Fandy Tjiptono(2008:276).

Untuk kualitas produk sendiri Honda dikenal sebagai motor yang irit, mesin yang bandel dan suku cadang yang awet. Akan tetapi dalam desain produk sendiri motor Honda dianggap motor yang modelnya kuno dan kurang

inovatif. Dengan inovasi yang dilakukan untuk memenuhi keinginan dari konsumen, maka hal ini dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk yang dianggapnya sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

Menurut Fandy Tjiptono (2008:151), harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Harga mempunyai beberapa indikator, antara lain: keterjangkauan harga, kesesuain harga dengan kualitas, daya saing harga, Staton (2013:308)

Dari segi harga sepeda motor Honda mempunyai harga yang cukup bersaing dengan produsen lainnya. Meskipun dalam beberapa jenis motor Honda memiliki harga yang lebih tinggi dibanding para pesaingnya. Kesesuaian harga dengan kualitas produk Honda pun dinilai masih kurang sebanding jika dilihat dari beberapa aspek contohnya desain produk.

Rambat Lupiyoadi (2013:92), mendefinisikan pengertian promosi sebagai berikut, Promosi adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan. Promosi mempunyai indikator antara lain: periklanan, promosi penjualan, dan personal selling, Kotler dan Keller(2016:582)

Dari segi promosi PT Astra Honda Motor (AHM) mengusung tema "One Heart" yang kini menjadi salah satu slogan perusahaan, sekaligus untuk memperkuat kampanye corporate brand image dan juga memperkenalkan nilai

lebih perusahaan yang tercermin pada produk dan teknologi. Pada kesempatan tersebut dijelaskan mengenai fase-fase kebersamaan perusahaan di dalam mewujudkan tujuan dan impian dalam kehidupan. Selain itu ada juga situasi yang menggambarkan keberadaan sebagai mitra sehari-hari dalam memenuhi kepentingan konsumen.Secara keseluruhan, konsep ini merupakan penerjemahan dari filosofi yang ingin selalu satu hati dengan konsumen.*One Heart* merupakan *corporate brand image*yang ingin disosialisasikan oleh perusahaan dalam rangka memberi spirit baru bagi perusahaan dan konsumennya. Dan juga PT.AHM menggenjot mempromosikan produknya dengan gencar dibeberapa media serta mendatangi secara langsung konsumen dengan cara mengadakan pameran produk dilingkungan masyarakat.

Produk industri otomotif sangat kompetitif baik dalam bentuk desain, kecanggihan, maupun merek-merek sepeda motor yang ada dipasaran sekarang sangatlah beragam, mulai dari produk china maupun produk dari jepang. Pabrikan sepeda motor Honda sebagai perusahaan otomotif yang sedang berkembang, senantiasa memberikan keyakinan dan harapan kepada para pengguna atau pelanggannya untuk terus memberikan kepuasan kepada mereka demi untuk mencapai sebuah *image* yang baik sehingga tetap menjadi produk yang selalu diminati oleh konsumen. Dan banyaknya anggapan dari pemilik sepeda motor Honda bahwa mereka merasa terpuaskan dengan pelayanan dan kualitas dari produk sepeda motor honda, sehingga ini tentu sangat menguntungkan bagi pabrikan sepeda motor honda, menggingat persaingan global sangat ketat dengan terus berlomba-lomba menciptkan inovasi-inovasi

terbaru dengan desain dan fitur terus menunjukan kemajuan dari tahun ke tahun namun sehingga terjadi persaingan yang begitu ketat diantara setiap pabrikan sepeda motor dunia pada umumnya. Namun sepeda motor Honda masih menunjukan keunggulanya.

Para penyedia atau *dealer* sepeda motor honda juga membuka bengkel dan menjual *spare part* khusus sepeda motor Honda. Strategi ini dilakukan untuk memberikan pelayanan dan kemudahan bagi pelanggan setia maupun pelanggan yang baru ingin mencoba produk sepeda motor Honda jika terjadi kerusakan atau masalah pada sepeda motornya.Strategi ini dilakukan untuk membuang semua keraguan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini berusaha mengetahuiapa yang mempengaruhi keputusan pembelian pada sepeda motor Honda. Oleh karena itu dibuat penelitian dengan judul "**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA DI KECAMATAN GANDUS PALEMBANG"**

B. Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi secara simultan (bersama-sama) terhadap keputusan pembelian konsumen sepeda motor Honda di Kecamatan Gandus Palembang

2. Adakah pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen sepeda motor Honda di Kecamatan Gandus Palembang

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen sepeda motor honda di kecamatan gandus Palembang
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen sepeda motor honda di kecamatan gandus Palembang

D. Manfaat Penelitiaan

1. Bagi Peneliti

   Penelitian dapat memberikan gambaran praktek dari teori yang selama inidiperoleh selama perkuliahan, khususnya dalam konsentrasi pemasaran.

2. Bagi Almamater

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

3. Bagi Perusahaan

   Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan khususnya pabrikan sepeda motor Honda dan penyedia jasa penjualan sepeda motor Honda di Kecamatan Gandus Palembang untuk meningkatkankualitas produk, harga, dan promosiserta layanan yang prima demi tercapainya tujuan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Agus Purwanto, Erwan dan Dyah Ratih Sulistyastuti. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi Publik dan Masalah-masalah Sosial*. Yogyakarta: Gaya Media.

Dwi. 2009. *Pedoman Penulisan Penelitian dan Skripsi*. Palembang: Ekonomi dan Bisnis UMP.

Iqbal.2009. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.

Kotler, Armstrong. 2004. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Ahli Bahasa Oleh Wisnu Chadra Kristiaji Jilid 2. Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga.

Kotler. 2009. *Marketing Management Edisi 13*: Indeks.

Kotler, Keller. 2009. *Marketing Management Edisi 13*: Indeks.

Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.

Muslimah. 2012. *Pengaruh Citra Merek Terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor Yamaha* (Online). Http:/aericel.com/?tag.metodeologi penelitian, diakses05 Desember 2018.

Philip, Kotler. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Teguh, Muhammad. 2005. *Metode Penelitian Ekonomi (Teori dan Aplikasi)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Andi.

Umar, Husein. 2013. *Metode Penelitian Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.

www.aisi.or.id(diakses 05 Desember 2018 pukul 14.25).