PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR SUZUKI DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

SKIPSI

Nama : Yoga Legintoro Masdan

Nim : 21 2013 282

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2019

Skirpsi

PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR SUZUKI DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

Diajukan Untuk Menyusun Skripsi Pada

Program Strata Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Palembang

Nama : Yoga Legintoro Masdan

Nim : 21 2013 282

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2019

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Yoga legintoro Masdan
NIM	: 212013282
Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi	: Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Di Universitas Muhammadiyah Palembang

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Sastra 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.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain 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, Januari 2018

METERAI TEMPEL
TGL. 20
284E4AFF977764806
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Yoga legintoro Masdan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul	:	Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki di Universitas Muhammadiyah Palembang
Nama	:	Yoga Legintoro Masdan
Nim	:	212013282
Fakultas	:	Ekonomi
Program Studi	:	Manajemen
Konsentrasi	:	Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr.Sri Rahayu, S.E.,M.M	**Dr.Diah Isnaini Asiati, S.E.,M.M**
NIDN : 0206016702	**NIDN : 0207046301**

Mengetahui,

Dekan

u.b. Ketua Program Studi Manajemen

Hj.Maftuhah Nurrahmi, SE.,M.Si
NIDN/NBM :0216057001/673.839

MOTTO DAN PERSEMBABAHAN

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya"

(QS. Al-Baqarah 286)

Terucap Syukur kepadamu Ya Allah

Ku Persembahkan Skripsi ini kepada :

- ***Kedua Orang Tuaku Tercinta***

  Ayah Romli

  Ibu Nurhayati

- ***Saudara-saudaraku Tercinta***

  Roni Pratama Masdan

  Riski Rinaldi Masdan

  Muhammad Redho Masdan

  Muhammad Prasetio Masdan

- ***Teman Seperjuanganku***
- ***Almamater Kebanggaanku***

PRAKATA

بسم الله الرحمن الرحيم

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.

Syukur alhamdulilah kehadirat Allah SWT. Atas limpahan rahmat, karunia serta Hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Di Universitas Muhammadiyah Palembang".

Selesainya penyusunan skripsi ini tentu karena ada dukungan, petunjuk, dan bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu secara khusus penulis ucapan terima kasih kepada kedua orang tua tercinta Romli dan Nurhayati terimakasih untuk semua do'a, kasih sayang tiada henti, semangat dan dukungan baik moril maupun material yang diberikan kepada saya. Tiada kata paling indah untuk kalian.

Selain itu ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang mengizinkan, membantu penulis dalam menyelesaikan studi ini:

1. Bapak DR. Abid Djazuli, S.E, M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang beserta staff dan karyawan/karyawati.
2. Bapak Drs. H. Fauzi Ridwan, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang beserta staff dan karyawan/karyawati.
3. Ibu DR. Sri Rahayu, S.E, M.M dan Ibu DR. Diah Isnaini Asiati, S.E, M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang telah berkenan meluangkan waktunya dalam memberikan bimbingan, arahan dan dukungan yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Hj. Maftuhah Nurahmi, S.E., M,Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
5. Semua dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis menjalani masa perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

6. Seluruh karyawan di Universitas Muhammadiyah Palembang yang telah mendukung dan membantu terutama pada penyediaan data–data yang menjadi objek penelitian.
7. Untuk saudara – saudara ku terimakasih untuk setiap nasihat yang diberikan kepada saya, untuk setiap dukungan dan semangat yang diberikan.
8. Untuk sahabat-sahabatku Cek Gusti, Ebot, Kak cik Kibo, Diky Zulkarnain, Tezar, Nyak, Annur Priyono, Suhardi, Asep yai, gonjor, sandi barking, habibur(ebi) dan teman – teman seperjuang yang selama perkuliahan selalu mendampingi dalam suka duka yang saat ini sama-sama sedang berjuang menuju kesuksesan.

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.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, meskipun demikian penulis berharap skripsi ini bermanfaat.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua serta dapat menambah ilmu pengetahuan bagi pembacanya, Amin yarobbal'alamin.

Wassalamu'alaikum, Wr, Wb

Palembang, Januari 2019

Yoga Legintoro Masdan

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN ..... **i**

HALAMAN JUDUL ..... **ii**

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT ..... **iii**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI ..... **iv**

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... **v**

HALAMAN PRAKATA ..... **vi**

DAFTAR ISI ..... **viii**

DAFTAR TABEL ..... **x**

DAFTAR GAMBAR ..... **xi**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xii**

ABSTRAK ..... **xiii**

ABSTRACT ..... **xiv**

BAB I. PENDAHULUAN **1**

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah 5

C. Tujuan Penelitian 6

D. Manfaat Penelitian 6

BAB II. KAJIAN, KERANGKA PEMIKIRAN **7**

A. Landasan Teori 7

B. Penelitian Sebelumnya 15

C. Kerangka Pemikiran 17

D. Hipotesis 17

BAB III METODE PENELITIAN 18

A. Jenis Penelitian 18

B. Lokasi Penelitian 19

C. Operasionalisasi Variabel 19

D. Populasi dan Sampel 20

E. Data yang Diperlukan 20

F. Metode Pengumpulan Data 21

G. Analisis Data dan Teknik Analisis 22

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 28

A. Hasil Penelitian 28

B. Pembahasan 48

BAB V SIMPULAN DAN SARAN 58

A. Simpulan 58

B. Saran 59

DAFTAR PUSTAKA 60

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Pendapat Mahasiswa 4

Tabel III.1 Operasionalisasi Variabel 19

Tabel IV.1 Uji Validitas 36

Tabel IV.2 Uji Reliabilitas 37

Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 38

Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas 38

Tabel IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku/Bulan 39

Tabel IV.6 Keputusan Pembelian 40

Tabel IV.7 Produk 41

Tabel IV.8 Harga 42

Tabel IV.9 Analisis Regresi Linier Berganda 43

Tabel IV.10 Uji Koefisien Determinasi 45

Tabel IV.11 Uji F 45

Tabel IV.12 Uji t 47

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Data Ekspor Sepeda Motor 4

Gambar II.1 Model Perilaku Konsumen 8

Gambar II.2 Kerangka Pemikiran 17

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran : Kuesioner

Lampiran : Tabulasi Data Jawaban Responden

Lampiran : Hasil Perhitungan SPSS

Lampiran : Surat Persetujuan Skripsi

Lampiran : Surat Keterangan Riset

Lampiran : Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi

Lampiran : Sertifikat AIK

Lampiran : Sertifikat TOEFL

Lampiran : Jurnal

Lampiran : Biodata Penulis

ABSTRAK

Yoga Legintoro Masdan / 212013282/ 2019/ Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki di Universitas Muhammadiyah Palembang.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, adakah pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki di Universitas Muhammadiyah Palembang. Tujuannya untuk mengetahui adakah pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki di Universitas Muhammadiyah Palembang. Populasi dalam penelitian ini bersifat infinite, sampel yang digunakan dalam penelitian berjumlah 100 responden, teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Data yang digunakan adalah data primer. Metode pengumpulan data melalui kusioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis *Kualitatif* dan *Kuantitatif*. Tehnik analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil uji F menunjukkan nilai F_{hitung} (38,251) > F_{tabel} (3,09), maka Ho ditolak, artinya ada pengaruh yang signifikan secara simultan, antara produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Hasil uji t menunjukkan nilai t_{hitung} (3,029) > t_{tabel} (1,984), maka Ho ditolak, artinya ada pengaruh yang signifikan secara parsial, antara produk terhadap keputusan pembelian, dan nilai t_{hitung} (4,044) > t_{tabel} (1,984), maka Ho ditolak artinya ada pengaruh yang signifikan secara parsial, antara harga terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Produk, Harga dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Yoga Legintoro Masdan / 212013282 / 2019 / Effect of Products and Prices on Decisions on Suzuki Motorcycle Purchases at University Muhammadiyah Palembang.

The formulation of the problem in this study is, is there any influence of the product and price on the decision to purchase Suzuki motorbikes at University Muhammadiyah Palembang. The goal is to find out whether there is an influence of the product and price on the decision to buy a Suzuki motorcycle at University Muhammadiyah Palembang. The population in this study is infinite, the sample used in the study amounted to 100 respondents, the sampling technique used Purposive Sampling. The data used is primary data. Methods of collecting data through questionnaires. Analysis of the data used is Qualitative and Quantitative analysis. The technique of analysis uses multiple linear regression. The F test results show the value of Fcount (38.251)> Ftable (3.09), then Ho is rejected, meaning that there is a significant effect simultaneously, between the product and the price of the purchasing decision. The t test results show the value of tcount (3,029)> ttable (1,984), then Ho is rejected, meaning there is a partially significant influence, between the product on the purchasing decision, and the tcount (4,044)> ttable (1,984), then Ho is rejected a partially significant effect, between the price of a purchasing decision.

Keywords: Products, Prices and Purchasing Decisions

PENGESAH
NO. 163 /Abstract [illegible] 11 / 2019
Telah di Koreksi oleh
Lembaga Bahasa
Universitas Muhammadiyah Palembang

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Konsep pemasaran merupakan suatu filsafat yang menekankan pada kebutuhan akan orientasi pada pemasaran yang sejalan dengan kepentingan jangka panjang masyarakat. Pemasaran dan operasi perusahaan harus di arahkan ke pemuasan keinginan jangka panjang konsumen dengan memperhatikan kepentingan – kepentingan maasyarakat dalam memperoleh laba yang di inginkan.Secara singkat pemasaran diakui sebagai unsur yang meresap keseluruh sistem manajemen bisnis. Seluruh kegiatan pengelola harus diarahkan menuju ke proses pemasaran yang efektif.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang tujuannya menyediakan barang dan jasa bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka.Keberhasilan dari usaha pemasaran dapat dilihat dari volume penjualan yang meningkat dan keuntungan yang berlipat, sedangkan dari pihak konsumen dapat dilihat dari kepuasan mengkonsumsi barang dan jasa tersebut. Pemasaran tidak hanya dipandang sebagai suatu bagian pemasaran, tetapi pemasaran terjadi jauh sebelum produk direncanakan dan akan terus terlihat jauh sebelum produk terjual. Pemasaran produk yang baik, memberi harga yang menarik, dan membuatnya dekat dengan pelanggan sasaran. Perusahaan juga harus berkomunikasi dengan pelanggan yang ada sekarang maupun pelanggan potensial.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan.Agar tujuan tersebut tercapai , maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas (*reasonable*). Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, Kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi tergantung pada perilaku konsumennya.Melalui pemahaman perilaku konsumen, pihak manajemen perusahaan dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada dan mengungguli para pesaingnya.

` . Menurut Sumarwan (2009:252) perilaku konsumen adalah kegiatan, tindakan, serta proses psikologi yang mendorong tindakan tersebut pada saat membeli, menggunakan produk dan jasa setelah melakukan kegiatan evaluasi.

Menghadapi perilaku konsumen yang selalu berubah-ubah, perusahaan harus berusaha agar produk yang di tawarkan disenangi oleh konsumen karena perusahaan yang kalah dalam persainganakanmempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk yang ada.

Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli

atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya (Sofjan Assauri, 2009:141)

Pelanggan adalah objek yang menikmati produk yang ditawarkan.Sebagai individu yang bebeda waktu dan karakter, tentunya setiap konsumen mempunyai penilaian yang berbeda.Memahami perilaku konsumen merupakan syarat mutlak agar suatu usaha dapat diterima masyarakat. Respon positif masyarakat akan sangat bermanfaat untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

Kajian terhadap perilaku konsumen dapat dilakukan terhadap berbagai produk. Salah satu produk yang dimaksud adalah sepeda motor. Banyak merek sepeda motor yang ada di pasar, akan tetapi tidak semua merek sepeda motor dikenal bahkan disukai oleh pasar. Salah satu merek sepeda motor yang kurang disukai masayarakat adalah Suzuki. Merek Suzuki tidak terlalu disukai dibanding merek sepeda motor lain seperti Honda atau Yamaha. Berikut adalah perbandingan data ekspor sepeda motor pada tahun 2016 dan tahun 2017 :

Sumber: http://tmcblog.com

Survei awal dilakukan dengan mewawancarai konsumen tentang sepeda motor Suzuki. Berikut tampilan pendapat dari 20 orang mahasiswa tentang sepeda motor merek Suzuki:

Tabel I.1

Pendapat Mahasiswa terhadap Sepeda Motor Suzuki

No	Indikator	Pernyataan	
		Ya	Tidak
1	Desain motor suzuki menarik	2	18
2	Bahan bakar irit	6	14
3	Kemudahan suku cadang	2	18
4	Harga jual kembali cukup tinggi	7	13

Sumber : Wawancara Awal dengan Mahasiswa, 2018

Secara detail tabel di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Desain

   Dari hasil survei di atas masih banyak masyarakat yang memilih tidak tertarik pada desain motor suzuki yang jumlahnya sebanyak 18 orang sedangkan yang memilih tertarik hanya 2 orang jadi kesimpulannya desain motor suzuki masih belum bisa menarik minat masyarakat untuk melakukan pembelian.

2. Bahan Bakar

   Hasil survei menunjukkan masyarakat juga menjadikan bahan bakar yang irit sebagai pertimbangan dalam melakukan pembelian motor sehingga pada survei awal ini masih banyak masyarakat yang tidak

memilih motor suzuki dengan alasan bahan bakarnya tidak irit (boros) yang jumlahnya sebanyak 14 orang dan yang memilih motor suzuki karena bahan bakar yang irit sebanyak 6 orang.

3. Suku Cadang

   Masyarakat juga mempertimbangkan suku cadang dari motor suzuki karena keterbatasan suku cadang yang disediakan perusahaan suzuki membuat masyarakat lebih memilih tidak melakukan pembelian dengan hasil survei sebanyak 18 orang dan menyatakan melakukan pembelian karena kemudahan suku cadang sebnayak 2 orang.

4. Harga Jual Kembali

   Pertimbangan yang terakhir yaitu harga jual kembali, dengan hasil survei awal yang tidak memilih melakukan pembelian sebanyak 13 orang karena alasan harga jual kembali murah dan yang memilih menyatakan harga jual tinggi sebanyak 7 orang

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai **Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki di Universitas Muhammadiyah Palembang.**

B. Rumusan masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang, maka penulis merumuskan masalah penelitian ini adalah : adakah pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki di Universitas Muhammadiyah Palembang ?

C. Tujuan Penelitian

Bedasarkan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruhproduk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki di Universitas Muhammadiyah Palembang.

D. Manfaat penelitian

a. Bagi penelitian

Sebagai pengalaman yang sangat berharga bagi penulis untuk dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta untuk mengaplikasikan teori yang didapat semasa diperkuliahan kepada persoalan yang sesungguhnya, khususnya dalam kajian sumberdaya manusia.

b. Bagi Almamater

Sebagai salah satu sumber informasi bagi peneliti lain pada bidang yang melakukan kajian sejenis dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Dhio Rayen Rawung dkk. 2015. *Analisis Kualitas Produk, Merek dan Harga Terhadap Keputusan pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada PT. Sinar Galesong Pratama Manado*. Jurnal EMBA. Diakses pada tanggal 14 November 2017 tersedia pada : http://download.portallgaruda.org/article.php?article=377904&val=1025&title=ANALISIS%KUALITAS%20PRODUK.%MEREK%20DAN%20HARGA%20TERHADAP%20KEPUTUSAN%20PEMBELIAN%20SEPEDA%20MOTOR%20SUZUKI%20PADA%20PT%20SINAR%20GALESONG%20PRATAMA%20MANADO

Dede Novian Handoko. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic (Studi Kasus Mahasiswa Muhammadiyah Palembang)*, skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, Skripsi tidak Dipublikasikan.

Dr. Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan* (Pendekatan. Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D); Alfabeta. Bandung.

Kotler dan Keller. 2008.*Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta

Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi. 12, Jakarta, Erlangga

NI Ketut Gita Ridayani. 2015. *Pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian Koran kompas .Jl. Swakarsa RW003 Pondok Kelapa Timur*

Marheni Eka Saputri. 2016. *Pengaruh perilaku konsumen terhadap pembelian online produk fashion pada zalora indonesia*

Schiffman dan kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*, Edisi 7, Jakarta

Swastha dan Handoko. 2011.*Manajemen Pemasaran* – Analisis Perilaku Konsumen, Yogyakarta, BPFE

Taufik. 2017. Data Ekspor Sepeda Motor September 2017. Di akses pada tanggal 18 desember 2017 tersedia pada http://tmcblog.com