

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA  
BEAT DI KECAMATAN LUBUK LINGGAU TIMUR II**

**USULAN PENELITIAN**



**Nama : Rafico Chandra Sutanto**  
**Nim : 21-2013-381**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2020**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA  
BEAT DI KECAMATAN LUBUK LINGGAU TIMUR II**

**Diajukan untuk Menyusun Skripsi pada  
Program Strata Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Palembang**



**Nama : Rafico Chandra Sutanto  
Nim : 21-2013-381**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2020**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Rafico Chandra Sutanto**  
Nim : 21-2013-381  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Kecamatan Lubuk Linggau Timur II

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di instansi lainnya.
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 normayang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Februari 2020



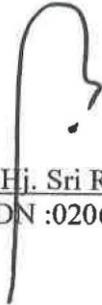
Rafico Chandra Sutanto

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul : Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Kecamatan Lubuk Linggau Timur II  
Nama : **Rafico Chandra S**  
Nim : 21-2013-381  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan  
Pada tanggal, 5 Februari 2020

Pembimbing I



Dr. Hj. Sri Rahayu, S.E., M.M  
NIDN : 020616702

Pembimbing II



Nadia Afriliana, S.E., M.Si  
NIDN : 0219048501

Mengetahui, Dekan

u. b. Ketua Program Studi manajemen



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

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Innallahu Ma’ashi Shabirin (Sesungguhnya Allah Bersama Orang yang Sabar)”.*

*(QS : Al-Baqarah :153)*

*Kupersembahkan Untuk:*

- *Kedua Orang Tuaku :*

*Ayahanda Sutanto dan Ibunda  
Lilli Hariyati*

- *Bapak dan Ibu Dosen, Serta  
Semua Orang yang Mendidik  
dan Menasehatiku.*
- *Sahabat-Sahabat Terbaik.*
- *Almamater Tercinta.*

## PRAKATA



**Assalamu'alaikum, Wr. Wb.**

Syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT. Atas limpahan rahmat, karunia serta Hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Kecamatan Lubuk Linggau Timur II”.

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 Ayahanda ..... dan Ibunda ....., serta kekasihku tercinta, terimakasih untuk semua do'a, kasih sayang yang tiada hentinya, 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 Nadia Afriliana S.E., M.Si 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. Pimpinan serta seluruh masyarakat dan tempat penelitian di Lubuk Linggau Timur II yang telah mendukung dan membantu terutama pada penyediaan data – data yang menjadi objek penelitian.

7. Untuk Saudara-Saudariku terimakasih untuk setiap nasihat serta dukungan dan semangat yang diberikan selama penyusunan skripsi ini.
8. Untuk sahabat-sahabat terbaikku yang selama perkuliahan selalu mendampingi dalam suka duka yang saat ini sama-sama sedang berjuang menuju kesuksesan.

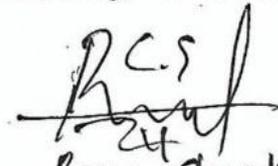
Semoga Allah SWT membalas budi baik kalian. Akhirul kalam dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

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'amin.

**Wassalamu'alaikum, Wr, Wb**

Palembang, Februari 2020

  
R. C. S.  
Chandras  
Rafico Chandra.S

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN DEPAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
A. Landasan Teori .....	10
B. Penelitian Sebelumnya .....	23
C. Kerangka Pemikiran .....	25
D. Hipotesis .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>27</b>
A. Jenis Penelitian .....	27
B. Lokasi Penelitian .....	28
C. Operasionalisasi Variabel.....	28
D. Populasi dan Sampel .....	29
E. Data yang Diperlukan .....	31
F. Metode Pengumpulan Data .....	31
G. Analisis Data dan Teknik Analisis .....	32

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
A. Hasil Penelitian .....	39
B. Pembahasan Hasil Penelitian .....	57
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>69</b>
A. Simpulan .....	65
B. Saran .....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Data Penjualan Sepeda Motor .....	3
Tabel I.2 Sepeda Motor Terlaris .....	4
Tabel III.1 Operasionalisasi Variabel .....	26
Tabel IV.1 Uji Validitas .....	41
Tabel IV.2 Uji Reliabilitas .....	42
Tabel IV.3 Jenis Kelamin Responden .....	43
Tabel IV.4 Usia Responden .....	44
Tabel IV.5 Pendidikan Responden .....	45
Tabel IV.6 Penghasilan Responden .....	46
Tabel IV.7 Keputusan Pembelian .....	47
Tabel IV.8 Kualitas Produk .....	48
Tabel IV.9 Harga .....	49
Tabel IV.10 Promosi .....	51
Tabel IV.11 Analisis Regresi Linier Berganda .....	52
Tabel IV.12 Uji F .....	54
Tabel IV.13 Uji t .....	55
Tabel IV.14 Uji Koefisien Determinasi .....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Model Perilaku Konsumen .....	9
Gambar II.2 Proses Keputusan Pembelian .....	10
Gambar II.3 Kerangka Pemikiran .....	24

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Tabulasi Data Hasil Jawaban Responden

Lampiran 3 : Hasil Perhitungan SPSS

    Frekuensi Data Jawaban Responden

    Uji Validitas dan Reliabilitas

    Analisis Regresi Linier Berganda, Uji F dan Uji t

Lampiran 4 : Jadwal Penelitian

Lampiran 5 : Surat Keterangan Riset

Lampiran 6 : Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi

Lampiran 7 : Sertifikat AIK

Lampiran 8 : Sertifikat TOEFL

Lampiran 9 : Biodata Penulis

## ABSTRAK

### **NAMA / 21-2013-...../ 2020/ Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat di Kecamatan Lubuk Linggau Timur II.**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, adakah pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Kecamatan Lubuk Linggau Timur II. Sampel yang diambil sebanyak 68 responden. 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 analisis regresi linier berganda, menunjukkan persamaan regresi :  $Y = 1,535 + 0,544 X_1 + 0,449 X_2 + 0,456 X_3$ . Hasil uji hipotesis melalui uji F (simultan) pada tingkat kepercayaan 95%, membuktikan bahwa hipotesis diterima, artinya ada pengaruh signifikan kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian. Hasil uji hipotesis melalui uji t (parsial) pada tingkat kepercayaan 95%, membuktikan bahwa hipotesis diterima, artinya ada pengaruh signifikan kualitas produk, harga dan promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan promosi mampu berkontribusi menjelaskan perubahan yang terjadi terhadap keputusan pembelian, dengan sumbangan yang disebabkan sebesar 56,3%.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

***NAME / 21-2013 -..... / 2020 / Effect of Product Quality, Price and Promotion on Purchasing Decisions of Honda Beat Motorcycles in Lubuk Linggau Timur District II.***

*The formulation of the problem in this study is, is there an influence on product quality, price and promotion of the decision to purchase a Honda Beat motorcycle in Lubuk Linggau Timur District II. Samples taken were 68 respondents. The data used are primary data. Data collection method through questionnaire. Analysis of the data used is qualitative and quantitative analysis. The analysis technique uses multiple linear regression. The results of multiple linear regression analysis, showed a regression equation:  $Y = 1.535 + 0.544 X_1 + 0.449 X_2 + 0.456 X_3$ . Hypothesis test results through the *F* test (simultaneous) at a 95% confidence level, prove that the hypothesis is accepted, meaning that there is a significant influence on product quality, price and promotion of purchasing decisions. The results of hypothesis testing through *t* test (partial) at a 95% confidence level, prove that the hypothesis is accepted, meaning that there is a significant influence on product quality, price and promotion partially on purchasing decisions. The results of the coefficient of determination test indicate that product quality, price and promotion are able to contribute to explaining changes that occur in purchasing decisions, with the contribution caused by 56.3%.*

***Keywords: Product Quality, Price, Promotion and Purchasing Decisions***

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, maka munculah beberapa macam kebutuhan yang harus dipenuhi. Semua kebutuhan yang diperlukan haruslah dapat dipenuhi dengan seefisien dan seefektif mungkin. Masyarakat mau tidak mau selalu mengikuti perkembangan dan selalu haus akan kebutuhan yang semakin spesifik.

Persaingan bisnis yang semakin dinamis, kompleks dan tidak pasti sehingga memacu para pengelola perusahaan untuk dapat berpikir secara efektif, kreatif, inovatif agar selalu memberikan diferensiasi, serta keunggulan bagi perusahaannya dibandingkan dengan para pesaingnya. Perusahaan tidak hanya sekedar mengembangkan produk yang baik, menawarkan dengan harga murah serta pelayanan yang menarik dan membuat mudah diperoleh oleh pelanggan yang membutuhkannya. Perusahaan juga perlu mengembangkan promosi (komunikasi) pemasaran terutama kepada para konsumen, dengan tujuan yang ingin dicapai guna untuk mendapatkan laba yang semaksimal mungkin, Adanya persaingan inilah maka perusahaan harus dapat mempertahankan pangsa pasar perusahaan, meningkatkan jumlah pelanggan. Dapat dijelaskan bahwa dengan meningkatkan jumlah konsumen lebih mengacu pada wujud perilaku konsumen dari unit-unit pengambilan keputusan secara terus menerus terhadap barang/jasa

suatu perusahaan yang dipilih, untuk membangun hubungan yang kuat dan erat dengan konsumen adalah mimpi semua perusahaan.

Upaya-upaya yang dilakukan untuk merangsang permintaan konsumen, dengan memperhatikan kegiatan pemasaran maka diharapkan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen melibatkan keyakinan pelanggan pada suatu produk/jasa sehingga timbul rasa percaya diri atas kebenaran tindakan yang di ambil. Rasa percaya diri pelanggan atas keputusan pembelian yang diambilnya mempresentasikan sejauh mana pelanggan memiliki keyakinan diri atas keputusan memilih produk/jasa.

Kebutuhan akan alat transportasi dewasa ini telah menjadi kebutuhan primer. Dibanding dengan alat transportasi umum, sebagian besar orang lebih memilih untuk menggunakan alat transportasi pribadi terutama sepeda motor guna menunjang aktivitas sehari-hari. PT. Astra Honda Motor Indonesia adalah salah satu produsen terbesar sepeda motor di Indonesia. Perusahaan di Indonesia sebagai suatu usaha perakitan saja dan semua komponen didatangkan dari Jepang namun kini beberapa produk dibuat di Indonesia tetapi untuk sebuah motor *sport* dibuat di Thailand. Perusahaan Honda memiliki varian jenis produk. Citra Honda sudah dikenal secara baik oleh masyarakat Indonesia.

**Tabel I.1**  
**Data Penjualan Sepeda Motor di Kecamatan Lubuk Linggau Timur II**  
**Tahun 2016-2018**

MEREK	2016	2017	2018
	UNIT	UNIT	UNIT
HONDA	5.051	4.453	4.380
YAMAHA	2.371	1.798	1.394
SUZUKI	275	109	56
KAWASAKI	165	115	97
TVS	9	2	1

Sumber : AISI, 2019

Berdasarkan Tabel I.1, penjualan sepeda motor di Kecamatan Lubuk Linggau Timur II dikuasai oleh merek Honda. Hal ini dapat dilihat dari data penjualan Honda dengan nilai terbesar di antara sepeda motor merek lain, pada tahun 2016 – 2018 data penjualan Honda selalu berada di puncak penjualan terbesar, sehingga Honda tetap jadi pemimpin pasar.

Berdasarkan data dari Penjualan Sepeda Motor di Kecamatan Lubuk Linggau Timur II, dapat dilihat penjualan Honda Beat tahun 2016 –2018 yaitu :

**Tabel I.2**  
**Data Penjualan Sepeda Motor Matic Terlaris di Kecamatan**  
**Lubuk Linggau Timur II Tahun 2016-2018**

MEREK	2016	2017	2018
	UNIT	UNIT	UNIT
HONDA BEAT	1.482	1.970	1.814
HONDA VARIO	987	1.382	1.306
HONDA SCOOPY	104	386	586
YAMAHA MIO	495	564	389
YAMAHA NMAX	76	365.989	254
YAMAHA FINO	67	206	148

Sumber : AISI, 2019

Berdasarkan Tabel I.2, penjualan motor Honda Beat mengalami kenaikan penjualan yang pesat dari tahun 2016 yang hanya 1.482 unit, menjadi 1.970 unit pada tahun 2017, namun pada tahun 2018 penjualan Honda Beat sedikit mengalami penurunan menjadi 1.814 unit. Akan tetapi meskipun mengalami penurunan dalam penjualannya, Honda Beat masih memimpin di posisi teratas penjualan sepeda motor matic di Kecamatan Lubuk Linggau Timur II, sehingga sepeda motor Honda Beat dapat menempati peringkat pertama di pasar penjualan sepeda motor matic, jika dibandingkan dengan kelas-kelas sepeda motor matic lainnya yang tertinggal jauh tingkat penjualannya. Tingginya penjualan motor Honda Beat tersebut menarik untuk diteliti dan diamati, kecenderungan konsumen pada saat melakukan pembelian dipengaruhi oleh banyak faktor diantaranya faktor, produk, harga dan promosi.

Keputusan pembelian konsumen terhadap motor Honda Beat didasari oleh beberapa faktor misalnya dari pilihan produk, sepeda motor Honda Beat memiliki banyak pilihan warna yang membuat konsumen dapat memilih warna yang diinginkan sesuai dengan gaya pengendara, selain itu Honda Beat juga memiliki tampilan yang simple namun elegan dan berkelas dengan menonjolkan garis minimalis pada setiap sisi bodi yang memberi nilai tambah kepada konsumen untuk melakukan pembelian motor Honda Beat.

Jika dilihat dari pilihan mereknya Honda Beat sudah memiliki citra yang baik, dan mereknya yang sudah dikenal luas dimasyarakat sehingga keunggulan ini menjadi acuan konsumen untuk melakukan pembelian terhadap motor Honda Beat, Honda Beat juga memiliki metode pembayaran yang sangat mudah dan

dapat dilakukan dengan cara cicilan pada tenor tertentu sehingga memberi kemudahan kepada konsumen untuk melakukan pembelian motor Honda Beat.

Kualitas produk yang dimiliki oleh motor Honda Beat sudah memiliki citra yang baik serta telah dikenal luas, dan hal ini sangat mungkin dijadikan oleh masyarakat sebagai acuan untuk menilai manakala ada sebuah perusahaan yang cukup ternama dan mereknya memiliki reputasi yang baik mengeluarkan suatu produk dengan kualitas yang bagus. Persepsi tersebut akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, melalui kualitas produk ada beberapa faktor yang mendorong konsumen untuk melakukan pembelian sepeda motor Honda Beat, dari segi dimensi daya tahan motor Honda Beat sangat handal, irit, tangguh, teknologi modern, dan ramah *spare part* (suku cadang) sehingga mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Yang kedua dari segi dimensi *feature* (Fitur) yang ditampilkan Honda Beat di mata konsumen memang memiliki keunggulan yang spesifik seperti *backbone*, *dual straight*, *cruise control*, *dimmer swieth* dan lainnya, sehingga keunggulan ini menjadi nilai tambah yang membedakannya dan mampu mengungguli merek pesaingnya yaitu Yamaha Mio, sehingga faktor ini pula yang mendasari naiknya penjualan Honda Beat. Selain itu faktor nilai dimensi estetika yang ditampilkan Honda Beat terkesan lebih simpel, sehingga menambah rasa kepercayaan diri kepada pemakainya, karena dinilai tidak terlalu norak untuk digunakan.

Harga berperan sebagai penentu utama pilihan pembeli, karena konsumen akan memutuskan apakah harga suatu produk sudah tepat atau belum. Keputusan penetapan harga, haruslah berorientasi pada pembeli. Ketika konsumen membeli

suatu produk, mereka menukar suatu nilai (harga) untuk mendapatkan suatu nilai lain (manfaat karena memiliki atau menggunakan produk). Jika pelanggan menganggap bahwa harga lebih tinggi dari nilai produk, maka tidak akan membeli produk. Jika konsumen menganggap harga berada di bawah nilai produk, maka akan membeli produk tersebut. Jika dilihat dari keterjangkauan harga maka motor Honda Beat dapat dikatakan terjangkau yang hanya berkisar Rp.16.068.000 - Rp.18.000.000, tidak berbeda jauh dengan harga skuter matic pada umumnya dan dapat dilakukan dengan cara cicilan pada tenor tertentu, sehingga hal ini memberikan nilai tambah pada penjualannya. Jika dilihat dari keseuaian harga dengan kualitas maka Honda Beat sangat sesuai dengan kualitas produknya karena produknya yang merupakan produk unggulan dan sudah terbukti kualitasnya. Serta harga Honda Beat memiliki daya saing harga yang kuat dengan produk pesaingnya yaitu Yamaha Mio yang setara harganya, tentunya jika dibandingkan dengan kualitas produknya harga Honda Beat yang setara dengan Yamaha Mio, maka harga Honda Scoopy tentunya dapat dikatakan jauh lebih unggul karena kualitas produknya jika dibandingkan Yamaha Mio.

Sama halnya dengan variabel kualitas produk dan harga, promosi juga mempunyai fungsi yang dapat mempengaruhi pemikiran konsumen dan hal ini akan bermanfaat bagi perusahaan. Promosi merupakan serangkaian kegiatan untuk mengkomunikasikan kepada masyarakat atau konsumen dan calon konsumen, memberi pengetahuan dan meyakinkan orang tentang spesifikasi produk, bahkan tingkat harga yang ditawarkan agar tertarik mengakui kehebatan produk tersebut, membeli dan memakai produk tersebut, juga mengikat pikiran

dan perasaan konsumen dalam suatu wujud loyalitas terhadap produk. Honda Beat menjadikan periklanan sebagai alat promosi mereka, seperti iklan pada media cetak, televisi, dan bahkan di sosial media, sehingga meningkatkan daya ingat konsumen terhadap Honda Beat. Selain itu Honda Beat sering melakukan promosi penjualan sebagai alat promosinya, seperti memberikan *cashback* dan memberikan hadiah bonus seperti helm, maka hal ini akan menambah minat konsumen untuk melakukan pembelian. Honda Beat juga menjadikan penjualan personal sebagai alat promosinya kepada konsumen dengan menggunakan agen sales untuk mendatangi konsumen dan menawarkan Honda Beat, sehingga konsumen akan lebih mengenal tentang Honda Beat.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat di Kecamatan Lubuk Linggau Timur II”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat di rumuskan permasalahannya sebagai berikut : Adakah pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Kecamatan Lubuk Linggau Timur II?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan promosi secara bersama-sama dan parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Kecamatan Lubuk Linggau Timur II.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### 1. Bagi Peneliti

Sebagai aktualisasi penulis dalam mempraktekan teori-teori yang telah peneliti ketahui selama perkuliahan, dan menjadi bukti empiris yang ada tentang pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian.

#### 2. Bagi Tempat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebuah masukan pada perusahaan khususnya dalam memahami karakteristik perilaku konsumen sehingga dapat dijadikan sebagai dasar untuk merancang strategi perusahaan.

#### 3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi materi dan kajian, sebagai referensi tambahan, menambah ilmu pengetahuan, serta dapat menjadi acuan atau kajian bagi penelitian di masa yang akan datang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arupian Dise. (2011). *Menganalisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembeli dalam membeli sepeda motor merek Yamaha*. [articelmu.com/?tag=Metode penelitian](http://articelmu.com/?tag=Metode%20penelitian).
- Danang Sunyoto. (2015). *Pokok Statistik Penelitian*. Yogyakarta : Center For Academic Publishing Service.
- Fandy Tjiptono. (2012). *Definisi Kualitas Produk dan indikator manajemen pemasaran* (online),://[articelmu.com/?tag=metodelogi penelitian](http://articelmu.com/?tag=metodelogi%20penelitian).
- Fandy Tjiptono, dan Gregorius Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, ANDI. Stanton, William J, 2000, Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1 Edisi ke 3, Alih Bahasa oleh Yohanes Lamarto, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, (2011). *Definisi Kualitas Produk Manajemen Pemasaran* (online),://[articelmu.com/?tag:Keputusan Pembelian](http://articelmu.com/?tag:Keputusan%20Pembelian).
- Kotler and Keller. (2012). *Keputusan pembelian dan indikator manajemen pemasaran* (online), ://[articelmu.com/?tag:Keputusan Pembelian](http://articelmu.com/?tag:Keputusan%20Pembelian).
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2011). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 12*, PT. Indeks. Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT. Salemba Empat.
- M.Iqbal Hasan. (2013). *Pokok – Pokok Materi Statistika 1 (Statistika Deskriptif) Edisi Kedua*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Muslimah. (2012). *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Volume Penjualan sepeda Motor Yamaha di Lampung*. E-Journal.
- Peter dan Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi Kesembilan*. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Staton, William J (2013). *Prinsip Pemasaran. Edisi Keempat Belas*. Jakarta : PT. Indeks Gramedia.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- Ujang Sumarwan. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Indeks Gramedia.

Wiratna Sujarweni. (2015). *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta :  
Pustaka Baru Press

