

**PENGARUH  
KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA.**

**S K R I P S I**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat  
guna menyelesaikan studi akhir dan untuk memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Stikubank  
S e m a r a n g



Oleh :

Nama : Laily Syafaati  
NIM : 16.05.51.0162  
Program Studi : S.1 Manajemen

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS STIKUBANK  
SEMARANG  
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN



Skripsi ini telah memenuhi syarat dan kepada penyusun  
Disetujui untuk mengikuti ujian pendadaran skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MONTOR HONDA.**

Oleh :  
Laily Syafaati  
NIM : 16.05.51.0162

Program Studi S.1 Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank

Semarang

Semarang, 12 Agustus 2020

Dosen Pembimbingan



Dr. Euis Soliha, SE., M. Si

NIDN : 0027037101

HALAMAN PENGESAHAN



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA.**

Oleh :  
Laily Syafaati  
NIM : 16.05.51.0162

Program Studi S.1 Manajemen

Hasil Penelitian dalam skripsi ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Pendadaran Skripsi dan skripsi telah disahkan dan diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang pada tanggal :12 Agustus 2020

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Dosen Pembimbing

(Merangkap Penguji I)

Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si

NIDN : 0027037101

Penguji II

Bambang sutedjo,DRS.,M.M.

NIDN:06280361

Penguji III

Dr.Drs.Robertus Basiya.,M.M

NIDN:0626026101

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis

(Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si)

NIDN : 0027037101

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Laily Syafaati

NIM : 16.05.51.0162

Program Studi : S.1 Manajemen

Menyatakan bahwa SKRIPSI yang saya susun dengan judul : PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA tidak dapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dengan rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan tau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri itu. Bila kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan hasil ujian skripsi ini.

Semarang,

Yang menyatakan,



(Laily Syafaati)

## **HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

Diawali niat baik, sabar dan , tawakal menerima hasil dan bersyukur atas segala nikmat.

Menuntut ilmu merupakan kewajiban bagi setiap kaum muslim, baik laki-laki dan perempuan, terutama masalah ilmu agama.

Bekerja untuk ibadah, bukan bekerja untuk kerja, maka keberkahan akan didapat. Lebih mulia peran kecil kontribusi besar dari pada peran besar kontribusi.

### **PERSEMBAHAN**

Karya ini kupersembahkan kepada Ayah dan Ibu tercinta yang senantiasa memberikan dorongan dan kasih sayangnya, juga kepada teman dan sahabatku yang selalu mendukungku serta Almamaterku Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang. Tanpa mereka, aku tidak sanggup menyelesaikan studi ini. Terimakasih untuk semuanya.

(Laily Syafaati)

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang membeli dan menggunakan sepeda motor Honda. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel adalah purposive sampling dengan kriteria: pelanggan Honda dengan penggunaan selama minimal 1 tahun.

Hasil analisis dapat disimpulkan bahwa: kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci: Kualitas produk, persepsi harga, promosi, dan terhadap keputusan pembelian.**

## ABSTRACT

*This study aims to analyze the effect of product quality, perceived price and promotion on purchasing decisions for Honda motorbikes.*

*The population in this study are customers who buy and use Honda motorbikes.*

*Samples in this study were 100 people. The sampling technique was purposive sampling with the criteria: Honda customers with minimum usage of 1 year.*

*The results of the analysis can be concluded that: product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. Price perception has a positive and significant effect on purchasing decisions. Promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions.*

*Keywords: Product quality, price perception, promotion, and purchasing decisions.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul : ***”KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAAAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA”***.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat yang mutlak dipenuhi oleh penulis untuk menyelesaikan program Kasus sastra satu guna memperoleh gelar sarjana Manajemen (S-1) Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Dalam proses penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. H. Sofik Fauzi S.H., M. Hum. Ketua Rektor selaku Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank yang telah memberikan kesempatan penulisan skripsi ini.
2. Sri Sudarsi, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Stikubank Semarang.
3. Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing dan dosen penguji 1 (satu) yang telah mengorbankan waktu, tenaga, serta pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.



4. Bambang Sutedjo, DRS., M.M selaku dosen penguji 2 (dua) yang sudah banyak membantu memberikan kritik dan saran terhadap perbaikan skripsi saya.
5. Dr. Drs. Robertus Basiyah, M.M selaku dosen penguji 3 (tiga) yang juga banyak membantu memberikan kritik dan saran terhadap perbaikan skripsi saya.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI HALAMAN .....	iv
MOTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan penelitian.....	6
1.4. Manfaat penelitian.....	7

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. TINJAUAN PUSTAKA .....	8
2.1.1. Pengertian Pemasaran .....	9
2.1.2. Kualitas Produk.....	10
2.1.3. Persepsi Harga.....	12
2.1.4. Promosi .....	13
2.1.5. Keputusan pembelian .....	14
2.2. Penelitian Terdalulu .....	20
2.3. Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	
Hipotesis.....	22
2.4. Kerangka Berpikir.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1. Objek Penelitian.....	24
3.2. Populasi dan Sampel .....	25
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	26
3.4. Devinisi Konsep dan Oprasional Variabel.....	30
3.5. Tehnik Analisis .....	31
3.6. Uji Instrumen .....	34
3.7. Uji F Model.....	35
3.8. Uji Hipotesis .....	35

BAB IV PEMBAHASAN.....	36
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	36
4.1.1. Deskripsi Responden .....	38
4.1.2. Deskripsi Variabel .....	42
4.2. Hasil Penelitian .....	42
4.2.1. Uji Validitas.....	45
4.2.2. Uji Reabilitas .....	46
4.2.3. Uji Fit Model .....	47
4.3. Pembahasan .....	48
BAB V KESIMPULAN.....	49
5.1. Kesimpulan .....	49
5.2. Implikasi Manajerial .....	50
5.3. Rekomendasi Penelitian Berikut.....	51

#### DAFTAR PUSTAKA

#### LAMPIRAN