

**ANALISA PENGARUH PRODUK, HARGA DAN IKLAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA
(Survey di Kotamadya Surakarta)**



SKRIPSI

**Ditulis Dan Diajukan Untuk Melengkapi Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi**

Oleh

ENI LISTIOWATI

B. 100.030.407

**FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2007

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA DAN IKLAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA (Survey Di
Kotamadya Surakarta)**

Yang ditulis oleh:

NAMA : ENI LISTIOWATI

NIM : B 100 030 407

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat
untuk diterima.

Surakarta, 2007

Pembimbing Utama

(Ikhwan Susilo, SE., M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Drs. Agus Muqorobin, MM)

MOTTO

Percaya bahwa sesuatu yang cukup berarti bagi anda
juga cukup berarti bagi mereka

(Gavin Kennedy)

Janganlah kamu bersikap lemah, janganlah pula bersedih hati,
padahal kamu orang-orang yang paling tinggi derajatnya,
jika kamu orang-orang yang beriman

(QS Ali Imron: 139)

Lebih baik memikirkan apa yang ingin kamu lakukan
daripada menghabiskan banyak waktu untuk memikirkan
apa yang telah kamu lakukan

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan kepada orang-orang yang kusayangi dan selalu ada dihatiku :

- ☞ Bapak dan Ibu tercinta terima kasih atas segala do'a, pengorbanan dan segenap kasih sayang yang diberikan
- ☞ Kakak dan adikku tercinta yang selalu menjadi semangatku untuk meraih keberhasilan baik dalam study maupun dalam kehidupan
- ☞ Sahabat-sahabatku yang selalu memberi dorongan, semangat dan nasehat serta yang selalu mengisi hari-hariku disaat suka maupun duka
- ☞ Pasangan jiwaku yang kelak menjadi tambatan hatiku selamanya dalam ikatan kebersamaan dan kesetiaan yang selalu menjaga ketegaranku dan meluluhkan kebimbanganku
- ☞ Almamater Fakultas Ekonomi Universitas
Muhammadiyah Surakarta

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis selalu panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan segala berkah, nikmat, taufik, rahmat dan hidayah-Nya, salam serta shalawat penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA (Survey Di Kotamadya Surakarta)”.

Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang tidak terlepas daam penyusunan sampai terselesainya skripsi ini. Pihak-pihak tersebut adalah:

1. Allah SWT yang senantiasa melimpahkan taufik dan hidayah-Nya serta untuk segala kekuatan, kemudahan dan petunjuk serta anugerah terindah-Nya.
2. Bapak Drs. H. Syamsudin, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta beserta staffnya, yang telah memberikan fasilitas kepada penulis untuk dapat mengikuti studi.
3. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM., selaku Kepala Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Ikhwan Susilo, M.Si., selaku Dosen Pembimbng yang sedemikian tulus, dan ikhlas telah memberikan bimbingan, saran-saran yang bermanfaat dan arahan serta petunjuk kepada penulis dengan penuh kesabaran.
5. Ibu Zulfa Irawati, SE., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu dan memberikan pengarahan –pengarahan yang berharga.

6. Yang tercinta, ayah, dan ibu yang memberikan pelajaran berharga tentang kehidupan. Di mana beliau dengan ikhlas selalu memberikan segalanya baik moril maupun materiil serta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
7. Kakaku Evi, Ndari, Suci, Maz Ucik, Om Jo2k, dan adikku Feri, Nanda yang selalu mensupport aku.
8. Dolog Club, makasih atas kebersamaan dan keceriaan yang telah kalian berikan selama ini.
9. Seseorang yang akan mengisi hatiku yang akan menjadi pembimbingku kelak, terima kasih atas pengertian dan pengorbanannya.
10. Rekan-rekan ekonomi manajemen angkatan 2003 kelas H, yang telah mengisi hari-hari kuliahku dikampus, Good luck for you guys!!
11. Sobatku Dwi, Tutik, Devita, Tina, Arifah, Jae, Ading, Acong, Lawux's, Havid, Devix, Maz Agunx, Ina, Rary makasih atas dukungan dan dorongan kalian semua.
12. Semua pihak yang membantu baik secara moril maupun spiritual dalam penulisan skripsi ini yang tidak penulis sebutkan satu persatu.

Dengan segala kerendahan hati penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan. Untuk itu kritik dan saran sangat dipelrukan dalam rangka peningkatan kualitas ilmiah maupun penelitian dimasa yang akan datang. Semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu manajemen.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Surakarta, 2007
Penulis

Eni Listiowati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAKSI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Konsep Pemasaran	7
B. Perilaku Konsumen	9
C. Produk	21

D. Harga.....	24
E. Iklan	28
F. Keputusan Pembelian.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Kerangka Pemikiran	41
B. Definisi Operasional Variabel	42
C. Studi Terdahulu.....	42
D. Hipotesis.....	43
E. Populasi dan Sampel	43
F. Sumber Data	44
G. Metode Pengumpulan Data.....	44
H. Metode Analisis Data.....	44
BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Responden	50
B. Analisis Data.....	53
C. Pembahasan	64
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	67
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Distribusi data jenis kelamin responden	50
Tabel 4.2 Distribusi data umur responden	51
Tabel 4.3 Distribusi data berdasarkan pekerjaan responden	52
Tabel 4.4 Distribusi data pendidikan terakhir	52
Tabel 4.5 Uji validitas variabel produk	54
Tabel 4.6 Uji validitas variabel harga	54
Tabel 4.7 Uji validitas variabel iklan	55
Tabel 4.8 Uji validitas variabel keputusan pembelian	56
Tabel 4.9 Hasil uji reliabilitas	57
Tabel 4.10 Hasil uji regresi berganda	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model perilaku konsumen	73
Gambar 3.1 Kerangka pemikiran	41

DAFTAR LAMPIRAN

1. Data kuesioner
2. Hasil tabulasi kuesioner
3. Hasil frequencies
4. Hasil Barchart
5. Hasil tes correlations variabel produk
6. Hasil tes correlations variabel harga
7. Hasil tes correlations variabel iklan
8. Hasil tes correlations variabel keputusan pembelian
9. Hasil tes reability variabel produk
10. Hasil tes reability variabel harga
11. Hasil tes reability variabel iklan
12. Hasil tes reability variabel keputusan pembelian
13. hasil tes regresi linier berganda
14. Tabel nilai t
15. Tabel nilai $F_{0,05}$
16. Tabel nilai r

ABSTRAKSI

Analisis pengaruh produk, harga dan iklan merupakan variabel independen (variabel bebas), keputusan pembelian sepeda motor Yamaha sebagai variabel dependen (variabel terikat).

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha; 2) mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha; 3) mengetahui pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha; 4) mengetahui variabel yang lebih dominan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha.

Populasi adalah seluruh konsumen pembeli atau pemakai sepeda motor Yamaha di Surakarta, sebanyak 135 responden dan jumlah sampel 130 responden. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *convenience sampling* yaitu memilih responden yang bersedia mejadi sampel. Analisis data yang digunakan dengan regresi linier berganda, uji F, uji T dan koefisien determinasi (R^2).

Berdasarkan pengujian data hasil analisis linier berganda diperoleh persamaan regresi $Y = 1,326 + 0,170 X_1 + 0,267 X_2 + 0,455 X_3$. Koefisien regresi variabel produk (X_1) adalah sebesar 0,170, sehingga apabila produk meningkat maka keputusan pembelian sepeda motor Yamaha akan meningkat. Koefisien regresi variabel harga (X_2) adalah sebesar 0,267, sehingga apabila harga meningkat maka keputusan pembelian sepeda motor Yamaha akan meningkat koefisien regresi variabel iklan (X_3) adalah sebesar 0,455, sehingga keputusan pembelian sepeda motor Yamaha akan meningkat.

Hasil uji F diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($31,713 > 2,60$) maka menunjukkan bahwa produk (X_1), harga (X_2), iklan (X_3). Secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha.

Dengan menggunakan uji t diperoleh t_{hitung} produk sebesar 2,778 dan t_{tabel} 1,984 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) yang berarti variabel produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha, t_{hitung} harga sebesar 4,092 dan t_{tabel} 1,984 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) berarti variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha, t_{hitung} iklan sebesar 4,959 dan t_{tabel} 1,984 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) berarti variabel iklan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha.

Dari perhitungan determinasi diperoleh R Square sebesar 0,430, artinya bahwa varian dijelaskan oleh variabel produk, harga dan iklan sebesar 43% pada keputusan pembelian sepeda motor Yamaha. sedangkan sisanya sebesar 57% dijelaskan oleh varian lain yang tidak terdapat dalam model atau tidak penulis teliti.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha adalah iklan.