

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YAMAHA N-MAX
DI KOTA SUKOHARJO**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

DODY KURNIAWAN RAHARJO

B100140228

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2018

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YAMAHA N-MAX DI KOTA
SUKOHARJO**

SKRIPSI

Disusun oleh:

DODY KURNIAWAN RAHARJO

B100140228

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



(Drs. Moechammad Nasir, M.M.)

NIK: 561

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YAMAHA N-MAX DI KOTA
SUKOHARJO**

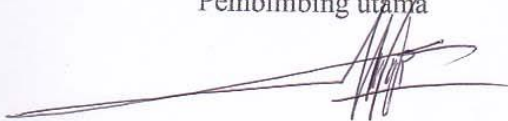
Yang disusun oleh:

DODY KURNIAWAN RAHARJO

B100140228

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 11 Juni 2018
Pembimbing utama



(Drs. Moechammad Nasir, M.M.)
NIK: 561

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Syaifuldin, SE M.M.)
NIK: 0017025701

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **DODY KURNIAWAN RAHARJO**
NIRM/NIM : **B100140228**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
YAMAHA N-MAX DI SUKOHARJO**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batalsayaterima.

Surakarta, 11 Juni 2018

Yang membuat pernyataan,



(DODY KURNIAWAN RAHARJO)

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum sampai kaum itu mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”

(QS Ar Ra’d: 11)

“Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah, sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal (kepada-Nya)”

(QS Ali ‘Imraan: 159)

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila telah selesai (segala urusan), maka kerjakanlah (urusan yang lain) dengan sungguh-sungguh”

(QS Al-Insyiirah: 6-7)

“Proses yang menentukan hasil, bukan hasil yang menentukan proses, dan percayalah bahwa hasil tidak kan pernah mengkhianati prosesnya”

(Andriani Yovita)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan karya kecil ini sebagai ungkapan rasa terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. Allah SWT, yang memberikan hidup dan memegang kematian setiap makhluk, tanpa-Nya tulisan ini tiada bermakna. Serta memberikan seluiruh kenikmatan dalam hidup. Semoga dari awal proses sampai karya ini selesai dapat memberikan amalan bagi kita semua.
2. Nabi Muhammad SAW, semoga sholawat dan salam senantiasa tercurah kepada beliau, keluarga beserta para sahabat dan para pengikutnya hingga akhir zaman.
3. Dosen pembimbing skripsiku bapak Drs. Moehammad Nasir, M.M. terimakasih banyak atas nasihat serta bimbingannya selama ini.
4. Orang tua saya Bapak Suparno Raharjo dan Ibu Winarti yang telah membesarkan, mendidik dan selalu mendoakan, memberikan kasih sayang, semangat, motivasi dan perjuangan yang sangat besar dan luar biasa sehingga saya bisa menyelesaikan kuliah saya di Universitas Muhammadiyah ini.
5. Adik saya tercinta Dandy Darmawan Raharjo yang selalu menghibur, mendoakan saya dalam kondisi apapun di saat senang maupun susah.
6. Warung Bakso “MORO SUKO SOLO” dan seluruh karyawan yang bekerja untuk membantu usaha tetap berjalan.
7. Thitah Ending Khansia Adnan yang selalu memberi semangat, menemani, mendengarkan keluh kesah saya dalam mengerjakan skripsi.
8. Sahabat-sahabatku Pringgo, Akbar dan teman-teman kontrakan lainnya yang namanya tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang sudah memberikan keceriaan, canda tawa, serta dukungan, motivasi dan semangat selama ini.

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi semakin pesatnya perkembangan dunia otomotif dan meningkatnya kebutuhan akan alat transportasi yang efektif dan efisien dalam membantu mobilitas masyarakat sehari-hari yang serba cepat, khususnya sepeda motor skuter *matic*. Yamaha N-max merupakan salah satu produk sepeda motor keluaran Yamaha dengan segmen skuter *matic* yang berusaha menjawab segala kebutuhan masyarakat saat ini dengan mengedepankan kemudahan, kepraktisan dan kenyamanan dalam berkendara yang didukung dengan teknologi masa kini, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Harga (X_1) Kualitas Produk (X_2) dan Promosi (X_3) terhadap keputusan pembelian Yamaha N-max di kota Sukoharjo. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan konsumen yang memiliki dan menggunakan sepeda motor Yamaha N-max di kota Sukoharjo, sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 100 orang responden, pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*, jenis data berupa data primer, sedangkan metode yang digunakan dalam pengumpulan data menggunakan kuisioner. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, uji persial (Uji t), uji simultan (Uji F) dan uji koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas produk dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan harga, kualitas produk dan promosi memiliki model fit. Dalam model yang dibentuk harga, kualitas produk dan promosi mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 52,5% dan sisanya 47,5% dijelaskan oleh variabel independen lain yang mempengaruhinya.

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

ABSTRACT

This study is motivated by the rapid development of the automotive world and the increasing need for an effective and efficient transportation tool in helping the mobility of fast-paced daily society, especially motorcycle scooter matic. Yamaha N-max is one of the output of Yamaha motorcycle with matic scooter segment that try to answer all the needs of the society today by promoting convenience, practicality and comfort in driving supported by technology today, the purpose of this research is to analyze the influence of Price (X_1) Product Quality (X_2) and Promotion (X_3) intercepted the purchase decision of Yamaha N-max in Sukoharjo city. The population used in this study is the consumers who own and use Yamaha N-max motorcycles in the city Sukoharjo, the sample used in this study amounted to 100 respondents, sampling in this study using the technique Purposive Sampling, the type of data in the form of primary data, while methods used in collecting data using questionnaires. Analyzer in this research use multiple linear regression analysis, persial test (t test), simultaneous test (Test F) and ui coefficient of determination (R_2). Based on the results of research indicate that price, product quality and promotion have positive and significant effect to purchasing decision. Simultaneously price, product quality and promotion have fit model. In the model established price, product quality and promotion able to explain the purchase decision variable by 52.5% and the remaining 47.5% explained by other independent variables that influence it.

Keywords: Price, Product Quality, Promotion, Purchase Decision.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan memanjatkan puji syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmad dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YAMAHA N-MAX DI KOTA SUKOHARJO”**.

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan sarjana 1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penulis menyadari sepenuhnya tanpa adanya bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, penulis tidak akan mampu melaksanakan skripsi ini dengan baik, maka dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Syamsudin, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Imronudin, SE, M.Si, Ph.D selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs.Moechammad Nasir, M.M.selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam studi penulis.
4. Ibu Irmawati, Ir. SE. MSi selaku pembimbing akademik yang telah memberikan dorongannya dalam menyelesaikan perkuliahan penulis.
5. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya jurusan manajemen yang rela membimbing dan menularkan ilmu-ilmunya kepada mahasiswa serta telah membantu dalam bidang akademik dan administrasi mahasiswa.

6. Bapak dan ibu tercinta yang selalu memberikan kasih sayangnya yang tiada bosan memberikan dukungan baik spiritual maupun material serta tak pernah bosan mendoakan dan menasehati demi keberhasilan penulis.
7. Adikku tercinta Dandy Darmawan Raharjo yang selalu menghibur, mendoakan saya dalam kondisi apapun di saat senang maupun susah.
8. Para sahabat dan teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta angkatan 2014 yang sudah banyak memberikan dorongan dan semangat selama ini.
9. Serta ucapan terimakasih saya kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu telah turut serta membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan yang penulis miliki. Oleh sebab itu, kritik dan saran pembaca yang bersifat membangun sangat kami apresiasi untuk perbaikan pada masa mendatang. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Surakarta, 11 Juni 2018

Penulis

Dody Kurniawan Raharjo

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Tinjauan Teori	12
B. Penelitian Terdahulu.....	21
C. Hipotesis.....	25
D. Kerangka Pemikiran.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
A. Jenis Penelitian dan Sumber Data	28
B. Populasi dan Sampel	29
C. Teknik Sampling	29
D. Definisi Operasional Variabel	30
E. Metode Penelitian Data	31
F. Uji Instrumen.....	32
G. Metode Analisis Data	33

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PERSEMBAHAN.....	37
A. Karakteristik Responden	37
B. Uji Instrumen Penelitian.....	39
C. Analisis Regresi.....	41
D. Pembahasan	47
 BAB V PENUTUP.....	 51
A. Kesimpulan.....	51
B. Keterbatasan Penelitian	51
C. Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Sepeda Motor Nasional Periode 2013-2017	3
Tabel 1.2 Data Penjualan Yamaha N-max Periode 2015-2017	5
Tabel 2.1 Mapping Hasil Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	30
Tabel 4.1 Karakteristik Umur Responden.....	37
Tabel 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	38
Tabel 4.3 Karakteristik Pekerjaan Responden	38
Tabel 4.4 Tahun Pembelian Yamaha N-max	39
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	40
Tabel 4.6 Hasil Uji KMO.....	40
Tabel 4.7 Hasil Uji Realibilitas.....	41
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Berganda.....	42
Tabel 4.9 Hasil Uji t	43
Tabel 4.10 Hasil Uji F.....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	19
Gambar 2.2 Model Penelitian Kerangka Pemikiran	27