

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAYA TARIK IKLAN,
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PRODUK SEPEDA POLYGON
(Studi Pada Masyarakat Solo Raya)**



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 :

WAHYU KURNIAWAN

B100160082

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2021**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan diabawah ini telah membaca Skripsi dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAYA TARIK IKLAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SEPEDA POLYGON (Studi Pada Masyarakat Solo Raya)

Yang ditulis dan disusun oleh:

WAHYU KURNIAWAN
B 100 160 082

Penandatangan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Januari 2021

Pembimbing Utama



(Drs. Kusdiyanto, M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**
FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

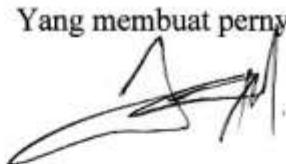
Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **WAHYU KURNIAWAN**
NIM : **B 100 160 082**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAYA TARIK IKLAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SEPEDA POLYGON (Studi Pada Masyarakat Solo Raya)**

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 dijelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 13 Januari 2021

Yang membuat pernyataan,



WAHYU KURNIAWAN

MOTTO

“Anda akan menjadi hebat dalam hal-hal yang anda sukai, jangan mengejar sesuatu yang anda tidak sukai”

(Dave Grohl)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucap syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunianya hingga terselesaikan skripsi ini, penulis mempersembahkan karya kecil ini untuk :

1. Kedua orang tua, keluarga, dan teman-teman yang selalu mensupport dan mendoakan yang terbaik untuk saya.
2. Almamaterku, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, daya tarik iklan, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepeda Polygon di Solo Raya. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 103 responden yang menggunakan sepeda Polygon di Solo Raya. Metode pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Metode analisis data adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, daya tarik iklan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas produk, Daya Tarik Iklan, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality, advertising attractiveness, and price perception on purchasing decisions for Polygon bikes in Solo Raya. This research is a quantitative research. The sample in this study were 103 respondents who used Polygon bikes in Solo Raya. The sampling method uses non probability sampling with purposive sampling technique. The data analysis method is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that product quality has a significant effect on purchasing decisions, attractiveness of advertising has a significant effect on purchasing decisions, perceived price has a significant effect on purchasing decisions.

Keywords : product quality, advertising attractiveness, price perception, purchasing decisions

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji syukur kehadirah Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sepeda Polygon”.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Dr. H. Syamsudin, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Drs. Kusdiyanto, M.Si selaku pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dewan pengaji yang telah memberikan masukan dalam penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya Program Studi Manajemen yang telah membantu dalam bidang akademik dan administrasi mahasiswa.

7. Bapak dan Ibu tercinta atas kasih saying, dukungan, pengorbanan, doa, motivasi, bimbingan, nasehat, bekal ilmu hidup, dan segalanya sehingga penulis dapat menjadi seperti sekarang.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan pihak yang telah memberi motivasi, bimbingan, bantuan, dan arahan kepada penulis. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi pembaca dan pihak yang berkepentingan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 13Januari 2021
Penulis,

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Landasan Teori	5
1. Keputusan Pembelian	5
2. Kualitas Produk	8
3. Daya Tarik Iklan.....	11
4. Persepsi Harga.....	13
B. Penelitian Terdahulu	16
C. Hipotesis	18
D. Kerangka Pemikiran	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	20
A. Jenis Penelitian	20
B. Populasi dan Sampel.....	20

C. Sumber Data	21
D. Metode Pengumpulan Data	22
E. Definisi Operasional	23
F. Uji Instrumen Penelitian	24
G. Uji Asumsi Klasik	24
H. Alat Analisis Data.....	26
I. Uji Hipotesis	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	28
A. Deskripsi Responden	28
1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	28
2. Karakteristik Berdasarkan Usia.....	28
3. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan.....	29
4. Karakteristik Berdasarkan Domisisli.....	29
B. Analisis Data.....	30
1. Uji Instrumen Data	30
2. Uji Asumsi Klasik	32
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	34
4. Uji Hipotesis	35
C. Pembahasan	38
BAB V PENUTUP.....	41
A. Kesimpulan.....	41
B. Keterbatasan Penelitian	41
C. Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN	44

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	16
Tabel 2. Definisi Operasional Variabel.....	23
Tabel 3. Karakteristik Jenis Kelamin Responden	28
Tabel 4. Karakteristik Usia Responden.....	28
Tabel 5. Karakteristik Pendapatan Responden.....	29
Tabel 6. Karakteristik Domisili Responden	29
Tabel 7. Uji Validitas	30
Tabel 8. Uji Reliabilitas	31
Tabel 9. Uji Normalitas.....	32
Tabel 10. Uji Multikolinieritas.....	33
Tabel 11. Uji Heteroskedastisitas.....	33
Tabel 12. Analisis Regresi Linier Berganda	34
Tabel 13. Koefisien Determinasi (R ²)	35
Tabel 14. Uji t	36
Tabel 15. Uji F	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.Kerangka Pemikiran.....	19
----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	45
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	49
Lampiran 3. Hasil Uji Karakteristik Responden	51
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas	52
Lampiran 5. Hasil Uji reliabilitas.....	54
Lampiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik	55
Lampiran 7. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	56
Lampiran 8. r Tabel.....	57
Lampiran 9. F Tabel	58
Lampiran 10. t Tabel	59