

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga, kualitas produk dan promosi pada keputusan konsumen untuk membeli sepeda motor merek Yamaha di dealer Permata Motor Grup. Selain itu, penelitian ini akan menganalisis faktor apakah yang berpengaruh paling dominan dalam mempengaruhi konsumen dalam membeli sepeda motor Yamaha, serta hal yang dianggap penting bagi konsumen dalam faktor – faktor tersebut.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen sepeda motor Yamaha di dealer Permata Motor Grup yang pernah memutuskan untuk membeli sepeda motor merek Yamaha. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 60 orang dengan pendekatan accidental sampling (pengambilan sampel secara kebetulan).

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



ABSTRACT

This study aims to determine how much influence the prices, quality products and promotions in the consumer's decision to buy Yamaha motorcycles in the city of Karawang. In addition, this study will analyze the factors that influence whether the most dominant in influencing consumers to buy a Yamaha motorcycle, and things that are important to consumers in factors - factors.

The population in this study are all consumers of Yamaha motorcycles in Semarang city ever decided to buy a Yamaha motorcycle. The sample used in this study amounted to 60 people with accidental sampling approach (sampling by chance).

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



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya saya dapat menyelesaikan skripsi berjudul “**Analisis kualitas produk dan Pemasaran terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha (Studi Kasus pada konsumen di Dealer Permata Motor Grup Karawang)** ini dengan baik, sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi program S1 pada Fakultas Teknologi dan Ilmu Komputer di Universitas Buana Perjuangan.

Maka dari itu, pada kesempatan kali ini saya mengucapkan rasa hormat dan terimakasih pada pihak yang telah berkontribusi dalam Tugas Akhir ini, antara lain kepada:

1. Bapak Dr. Dedi Mulyadi., MM selaku Rektor Universitas Buana Perjuangan Karawang
2. Bapak Ahmad Fauzi., M.Kom selaku Dekan Fakultas Teknologi dan Ilmu Komputer Universitas Buana Perjuangan Karawang.
3. Bapak Ir.Ade Suhara ST., MM., IPM selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Buana Perjuangan Karawang.
4. Ibu Ade Astuti ST., MT selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir I.
5. Ibu Annisa Indah Pratiwi S.T., M.T selaku dosen pembimbing Tugas Akhir II.
6. Orang tua dan keluarga besar yang selalu setiap saat mendoakan dan memberi dukungan dalam pembuatan proposal ini.
7. Teman – teman Teknik Industri Universitas Buana Perjuangan Karawang .
8. Teman- teman Direksi di Dealer Permata Motor Group Karawang
9. Dan kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis sangat banyak meminta maaf jika proposal ini banyak kekurangan dan banyak kelemahan .

Karawang , 27 Agustus 2019

Peneliti



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO	v
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. LATAR BELAKANG MASALAH	1
1.2. RUMUSAN MASALAH	2
1.3. TUJUAN PENELITIAN	3
1.4. BATASAN MASALAH	3
1.5. HIPOTESIS	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. PENGERTIAN DAN KONSEP PEMASARAN	5
2.2. KUALITAS PRODUK	7
2.3 KEPUTUSAN PEMBELIAN	11
2.4 KERANGKA PEMIKIRAN	14
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 TAHAP PENELITIAN	20
3.2 RUANG LINGKUP PENELITIAN	21
3.3 PENENTUAN POPULASI	21
3.4 PENGUMPULAN DATA	21
3.5 ANALISIS	22
3.5.1 UJI VALIDITAS DAN REABILITAS	23
3.5.2 UJI REGRESI BERGANDA	24

3.6 Uji Asumsi Klasik	25
3.6.1 Uji Normalitas Data	25
3.6.2 Uji Hipotesis	28
BAB IV Analisis dan Pembahasan	35
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	35
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	35
4.2 Visi dan Misi Perusahaan	36
4.3 Data Penjualan di Dealer Permata Motor Group	37
4.4 Deskripsi Responden	39
4.4.1 Responden Menurut Jenis Kelamin	39
4.4.2 Responden Menurut Usia	40
4.4.3 Responden Menurut Pekerjaan	40
4.4.4 Responden Menurut Penghasilan	41
4.5 Uji Kualitas Data	42
4.5.1 Uji Validitas	42
4.5.1 Uji Reabilitas	44
4.6 Statistik Deskriptif	46
4.6 Hasil Uji Asumsi Klasik	63



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Peneliti terdahulu.....	16
Tabel 3.1	Tabel pertanyaan untuk jawaban “setuju”	22
Tabel 3.2	Operational Variabel.....	31
Tabel 4.1	Data penjualan bulan Desember 2018-Februari 2019	37
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan Penghasilan.....	41
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)	42
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Pemasaran (X2)	43
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	44
Tabel 4.9	Hasil Uji Reabilitas Kualitas Produk (X1).....	45
Tabel 4.10	Hasil Uji Reabilitas Pemasaran (X2)	45
Tabel 4.11	Hasil Uji Reabilitas Keputusan Pembelian (Y)	46
Tabel 4.12	Sepeda motor Yamha merupakan produk sepeda motor Yamaha yang mempunyai kemampuan mesin yang handal (X1.1)	47
Tabel 4.13	Sepeda motor Yamaha mempunyai spesifikasi keunikan yang berbeda dengan motor merek lain yang berbeda (X1.2)	47
Tabel 4.14	Kemudahan dalam mencari suku cadang (<i>sparepart</i>) di dealer-dealer Yamaha (X1.3)	48
Tabel 4.15	Sepeda motor Yamaha sangat nyaman di pakai dalam berkendara di dalam maupun luar kota (X1.4)	49
Tabel 4.16	Sepeda motor Yamaha memiliki daya tahan suku cadang yang lama (X1.5)	49
Tabel 4.17	Sepeda motor Yamaha mampu memenuhi kebutuhan transfortasi saya (X1.6)	50

Tabel 4.18 Sepeda motor Yamaha memiliki varian warna yang bermacam-macam dan menarik sesuai selera konsumen (X1.7)	51
Tabel 4.19 Model yang dimiliki sepeda motor Yamaha sesuai dengan harapan konsumen (X1.8)	51
Tabel 4.20 Sepeda motor Yamaha merupakan produk unggulan (X1.9) 52	
Tabel 4.21 <i>Stripping</i> dan warna sepeda motor Yamaha sangat menarik perhatian konsumen (X1.10).....	53
Tabel 4.22 Iklan sepeda motor Yamaha yang di tayangkan memerikan gambaran dan informasi produk yang di tawarkan (X2.1)	54
Tabel 4.23 Setiap pembelian Yamaha perusahaan memeberikan potongan harga atau diskon (X2.2)	54
Tabel 4.24 Apakah setiap motor Yamaha memberikan hadiah / suvenir yang unik (X2.3)	55
Tabel 4.25 Karyawan Yamaha memiliki kemampuan dalam menarik minat konsumen (X2.4)	56
Tabel 4.26 Yamaha memiliki segmentasi pasar yang sudah jelas (X2.5).....	56
Tabel 4.27 Yamaha selalu kompeten dari waktu ke waktu (X2.6)	57
Tabel 4.28 Yamaha mempunyai reputasi yang baik di mata masyarakat (X2.7)	58
Tabel 4.29 Yamaha mempunyai integritas yang baik (X2.8)	58
Tabel 4.30 Produk Yamaha sesuai dengan slogan “ semakin di depan “ (X2.9).....	59
Tabel 4.31 Sepeda motor Yamaha memiliki mutu atau kualitas yang baik (X2.10)	60
Tabel 4.32 Yamaha merupakan kebutuhan sepeda motor yang tepat bagi anda (Y.1).....	61
Tabel 4.33 Adanya informasi dari pihak lain tentang produk melalui iklan televisi, majalah, Koran, dan lain-lain membeli Yamaha (Y.2)	61
Tabel 4.34 Merasa yakin dan percaya akan kualitas merek Yamaha (Y.3).....	62
Tabel 4.35 Yamaha memiliki harga yang sesuai dengan kualitas produk (Y.4).....	62
Tabel 4.36 Setelah menggunakan produk Yamaha sesuai dengan keinginan anda (Y.5)	63
Tabel 4.37 Hasil Uji Normalitas Secara Statistik.....	65
Tabel 4.38 Hasil Uji Multikolineritas	66

Daftar Gambar

gambar 2.1 Bauran Pemasaran	6
gambar 2.2 Kerangka pemikiran	15
gambar 3.1 Flow chart	20
gambar 4.1 Gambar dealer permata motor group	35
gambar 4.2 Diagram penjualan bulan Desember 2018-Februari	38
gambar 4.3 Hasil Uji normalitas secara Grafik	64
gambar 4.4 hasil uji heteroskedastisitas secara grafik.....	67
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendapatan	56
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Tipe Honda yang Digunakan.....	56
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Honda.....	57
Tabel 4.7 Nilai Modus.....	58
Tabel 4.8 Nilai Estándar Deviasi.....	59
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Harga.....	61
Tabel 4.10Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk	6
Tabel 4.11Tanggapan Responden Mengenai Promosi.....	65
Tabel 4.12Hasil Uji Validitas	67
Tabel 4.13Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel 4.14Hasil Uji Multikolonieritas.....	70
Tabel 4.15Uji Multikolonieritas	71
Tabel 4.16Model Regresi dan Pengujian Hipoteis	74