

**ANALISIS PERBANDINGAN PERAN PERSEPSI HARGA, SELERA
KONSUMEN, KEADAAN EKONOMI, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ANTARA HONDA VARIO DENGAN
HONDA BEAT PADA PT. NIAGA UTAMA SEJAHTERA PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna
memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S-1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Tri Widartik

N I M : 13413283

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2017

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Perbandingan Peran Persepsi Harga, Selera Konsumen, Keadaan Ekonomi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian antara Honda Vario dengan Honda Beat pada PT. Niaga Utama Ponorogo.

Nama : Tri Widartik

NIM : 13413283

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Ponorogo, Agustus 2017

Pembimbing I



(Titi Rapini, SE, MM)
NIP. 19630505 1990032 003

Pembimbing II



(Dra. Umi Farida, MM)
NIK. 19610110 1991 1213

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



(Titi Rapini, SE, MM)
NIP. 19630505 1990032 003

Dosen Penguji



(Titi Rapini, SE, MM)
NIP. 19630505 1990032 003



(Drs. Ec. Purwanto, MM)
NIK. 19531 024 199309 14



(Tegoeh Hari A. SE, MM)
NIK. 19671005 1993 0914

ABSTRAK

Pemasaran adalah proses, cara, perbuatan dalam memasarkan barang dagangan, perihal menyebarluaskan ditengah-tengah masyarakat pada umumnya. Seorang pemasar dalam mengenal konsumen perlu mempelajari perilaku konsumen, karena dengan mengenal dan mengerti perilaku konsumen maka lebih mudah dalam proses pemasarannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan peran persepsi harga, selera konsumen, keadaan ekonomi, dan promosi terhadap keputusan pembelian antara Honda Vario dengan Honda Beat pada PT. NiagaUtama Sejahtera Ponorogo.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Honda Vario dan Honda Beat pada bulan April 2017 sebanyak 80 konsumen.

Hasil analisis uji kai kuadrat (chi square atau X^2) yang ada pada penelitian ini menunjukkan bahwa Honda Vario variabel persepsi harga dengan perolehan nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($14.165 < 26.30$), variabel selera konsumen dengan perolehan nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($7.190 < 21.03$), variabel keadaan ekonomi dengan perolehan nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($14.455 < 26.30$), dan variabel promosi dengan perolehan nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($12.861 < 21.03$) sedangkan Honda Beat variabel persepsi harga dengan perolehan nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($26.000 < 31.41$), variabel selera konsumen dengan perolehan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($28.433 > 26.30$), variabel keadaan ekonomi dengan perolehan nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($13.622 < 21.03$), dan variabel promosi dengan perolehan nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($18.054 < 31.41$). Hasil pengujian dari sekian variabel, hanya variabel selera konsumen yang terdapat perbedaan terhadap keputusan pembelian Honda Beat pada PT. NiagaUtama Sejahtera Ponorogo.

Kesimpulan dari hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa perbandingan antara Honda Vario dengan Honda Beat hanya terdapat perbedaan selera konsumen terhadap keputusan pembelian Honda Beat dan tidak terdapat perbedaan persepsi harga, selera konsumen, keadaan ekonomi, dan promosi terhadap keputusan pembelian Honda Vario pada PT. Niaga Utama Sejahtera Ponorogo. Sedangkan persepsi harga, selera konsumen, keadaan ekonomi, dan promosi dominan berperan positif terhadap keputusan pembelian Honda Beat pada PT. Niaga Utama Sejahtera Ponorogo. Maka dari itu perusahaan harus lebih memahami perilaku konsumen untuk meningkatkan volume penjualan.

Kata Kunci :Persepsi Harga, Selera Konsumen, Keadaan Ekonomi, Promosi, Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim.

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan segala rahmat, inayah serta hidayah-Nya, sehingga atas ridho-Nya dan segala kemampuan serta kesungguhan hati, maka terselesaikanlah skripsi ini dengan judul “Analisis Perbandingan Peran Persepsi Harga, Selera Konsumen, Keadaan Ekonomi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian antara Honda Vario dengan Honda Beat pada PT. Niaga Utama Sejahtera Ponorogo. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan menyelesaikan program Strata Satu(S1) pada program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari beberapa pihak untuk itu dengan setulus hati dihaturkan terimakasih kepada:

1. Drs. H. Sulton, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Titi Rapini, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan selaku dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dalam kesibukannya untuk membimbing dan mengarahkan dalam menyusun skripsi ini dengan baik.
3. Dra.Umi Farida, MM selaku Ketua Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan selaku dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dalam kesibukannya untuk membimbing dan mengarahkan dalam menyusun skripsi ini dengan baik.

4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah mendidik dan membekali ilmu pengetahuan sehingga peneliti dapat menyusun skripsi ini dengan baik.
5. Bapak Ibu tercinta dan keluarga yang selalu mendo'akan saya agar skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
6. Para sahabat, Ulfi Indrawati, S.Pd, Dewi, Yesi, Nindya, Niken sebagai teman saya yang selalu mendampingi dan memotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini .
7. Seluruh teman-teman Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen angkatan tahun 2013 atas kebersamaannya selama kuliah.
8. Rekan kerja PT. Niaga Utama Sejahtera Ponorogo yang selalu membantu dan memberi informasi tentang perusahaan.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuannya selama penyelesaian skripsi ini.

Penulis berusaha menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya berdasarkan kemampuan yang ada. Namun demikian, penulis menyadari bahwa masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati sangat diharapkan saran, tanggapan, dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Ponorogo, Agustus 2017
Penulis

Tri Widartik
NIM. 13413283

**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis disuatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, Agustus 2017



Tri Widartik
NIM. 13413283

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Pengesahan	ii
Abstrak	iii
Kata Pengantar	iv
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.2.1. Batasan Masalah	5
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.3.1. Tujuan Penelitian	5
1.3.2. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	8
2.2. Penelitian Terdahulu	23
2.3. Kerangka Pemikiran	34
2.4. Hipotesis Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Ruang Lingkup Penelitian	38

3.2. Populasi dan Sempel Penelitian	38
3.3. Metode Pengambilan Data	41
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	43
3.5. Metode Analisis Data	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian	52
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	52
4.1.2. Struktur Organisasi Perusahaan	55
4.2. Pembahasan.....	57
4.3. Karakteristik Responden	60
4.4. Deskripsi Data Penelitian	63
4.9. Analisis Data	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	96
5.2. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Komparasi antara Honda Vario dengan Honda Beat.....	3
Tabel 2 Kotak Hitam Perilaku Konsumen	9
Tabel 3.1 Daftar Populasi.....	39
Tabel 3.2 Daftar Sampel	40
Tabel 3.3 Skala Likert.....	43
Tabel 4.1 Daftar Harga Sepeda Motor	57
Tabel 4.2 Daftar Varian Tipe Sepeda Motor.....	58
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Keadaan Ekonomi	59
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	63
Tabel 4.7.1 Daftar Varibel Persepsi Harga (X1.1).....	64
Tabel 4.7.2 Daftar Varibel Persepsi Harga (X1.2).....	65
Tabel 4.7.3 Daftar Varibel Persepsi Harga (X1.3).....	66
Tabel 4.8.1 Daftar Varibel Selera Konsumen (X2.1).....	67
Tabel 4.8.2 Daftar Varibel Selera Konsumen (X2.2).....	68
Tabel 4.8.3 Daftar Varibel Selera Konsumen (X2.3).....	69
Tabel 4.9.1 Daftar Varibel Keadaan Ekonomi (X3.1).....	70
Tabel 4.9.2 Daftar Varibel Keadaan Ekonomi (X3.2).....	71
Tabel 4.9.3 Daftar Varibel Keadaan Ekonomi (X3.3)	72
Tabel 4.10.1 Daftar Varibel Promosi (X4.1).....	74
Tabel 4.10.2 Daftar Varibel Promosi (X4.2).....	75

Tabel 4.10.3 Daftar Varibel Promosi (X4.3).....	76
Tabel 4.11.1 Daftar Varibel Keputusan Pembelian (X5.1).....	77
Tabel 4.11.2 Daftar Varibel Keputusan Pembelian (X5.2).....	78
Tabel 4.11.3 Daftar Varibel Keputusan Pembelian (X5.3).....	79
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Validitas.....	81
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Koefisien Reliabilitas.....	83
Tabel 4.14 Hasil Uji Chi Square.....	84
Tabel 5 Komparasi Chi Square Honda Vario dan Honda Beat.....	97



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar2.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	20
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 4.1 Gambaran Perusahaan.....	54
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Perusahaan	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran1 Kuesioner

Lampiran2 Data Konsumen Honda Vario

Lampiran 3 Responden Honda Vario

Lampiran 4 Tabel Penelitian Honda Vario

Lampiran 5 Uji Instrumen (Validitas dan Reliabilitas) Honda Vario

Lampiran 6 Data Konsumen Honda Beat

Lampiran 7 Responden Honda Beat

Lampiran 8 Tabel Penelitian Honda Beat

Lampiran 9 Uji Instrumen (Validitas dan Reliabilitas) Honda Beat

Lampiran 10 Tabel Penelitian Honda Vario dan Honda Beat

Lampiran 11 Uji Chi Square

