

**ANALISIS KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN DAYA TARIK  
IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA BEAT**  
(Studi Kasus Pada Konsumen PT. Cahaya Unggul Nusantara Motor Ponorogo)



**SKRIPSI**

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

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Inta Dwi Setiastuti

Nim : 13413143

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2017**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Judul : ANALISIS KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN DAYA  
TARIK IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MOTOR HONDA BEAT  
(Studi Kasus Pada Konsumen PT. Cahaya Unggul Nusantara Motor Ponorogo)

Nama : Inta Dwi Setiastuti  
NIM : 13413143  
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

**Dra. Umi Farida, MM**  
NIK : 19610110 199112 13

Pembimbing II

**Siti Chamidah, SE, MSi**  
NIK : 19710519 201401 11

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi

  

**Titi Rapini, SE, MM**  
NIP. 19630505 199003 2 003

Dosen Penguji :

**Dra. Umi Farida, MM**  
NIK.19610110 199112 13

**Titi Rapini, SE, MM**  
NIP.19630505 199003 2 003

**Nanning Kristiyana, SE, MM**  
NIK.19750921 200309 14

**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR  
KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertandatangan di bawah 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 di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, Agustus 2017



(Inta Dwi Setiastuti)

NIM 13413143

## DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan.....	i
Halaman Persembahan.....	iii
Motto.....	iv
Ringkasan.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik.....	ix
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel.....	xv
Daftar Gambar.....	xvii
Daftar Lampiran.....	xix

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	8

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	10

2.1.2 Bauran Pemasaran.....	12
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	14
2.1.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	14
2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen ....	15
2.1.3.3 Peran Konsumen Dalam Keputusan Pembelian.....	16
2.1.3.4 Tahap-Tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian.....	17
2.1.3.5 Model Perilaku Konsumen.....	20
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	23
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	23
2.1.5 Produk.....	24
2.1.5.1 Pengertian Produk.....	24
2.1.5.2 Klasifikasi Produk.....	25
2.1.5.3 Tingkatan Produk.....	27
2.1.5.4 Pengertian Kualitas Produk.....	28
2.1.6 Harga.....	30
2.1.6.1 Pengertian Harga.....	30
2.1.6.2 Pengertian Persepsi Harga.....	31
2.1.6.3 Penentuan Harga.....	32
2.1.7 Promosi.....	34
2.1.7.1 Periklanan.....	36
2.1.7.2 Fungsi Periklanan.....	37
2.1.7.3 Tujuan Periklanan.....	39

2.1.7.4 Memilih Daya Tarik Iklan.....	40
2.2 Penelitian terdahulu.....	41
2.3 Kerangka Pemikiran.....	43
2.4 Hipotesis.....	44

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	46
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	46
3.2.1 Populasi.....	46
3.2.2 Sampel.....	47
3.3 Metode Pengambilan Data.....	49
3.3.1 Data Primer.....	49
3.3.2 Data Sekunder.....	50
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	51
3.4.1 Variabel Independen.....	51
1 Kualitas Produk.....	51
2 Persepsi Harga.....	52
3 Daya Tarik Iklan.....	52
3.4.2 Variabel Dependen.....	53
3.5 Metode Analisis Data.....	54
3.5.1 Metode Kuantitatif.....	54
3.5.2 Uji Instrumen.....	54

3.5.2.1 Uji Validitas.....	54
3.5.2.2 Uji Reliabilitas.....	55
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	56
3.5.3.1 Uji Normalitas.....	56
3.5.3.2 Multikolonieritas .....	56
3.5.3.3 Heteroskedastisitas.....	57
3.5.3.4 Autokorelasi.....	57
3.5.4 Analisis Regresi Berganda.....	57
3.5.5 Analisis Korelasi Berganda.....	58
3.5.6 Analisis Koefisien Determinasi.....	59
3.5.7 Pengujian Hipotesis.....	60
3.5.7.1 Uji t.....	60
3.5.7.2 Uji f.....	61

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	63
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	63
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	64
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	65
4.2 Deskripsi Profil Responden.....	69
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	75
4.4 Uji Instrumen.....	96

1. Uji Validitas.....	96
2. Uji Reliabilitas.....	98
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	99
a . Uji Normalitas.....	99
b. Multikolonieritas .....	100
c. Heteroskedastisitas.....	102
d. Autokorelasi.....	103
4.6 Analisis Regresi.....	103
a Analisis Regresi Berganda.....	103
b Analisis Korelasi Berganda.....	107
c Koefisien Determinasi.....	109
4.7 Pengujian Hipotesis.....	110
a Uji t.....	110
b Uji f.....	116
4.8 Pembahasan.....	118

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan.....	124
5.2 Saran.....	125

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Sepeda Motor Honda Beat di PT.Cun Motor Ponorogo.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	41
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Umur.....	71
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	74
Tabel 4.5 Performance Honda Beat mampu menjalankan fungsi sesuai produk inti yang di beli.....	76
Tabel 4.6 Keandalan Honda Beat memiliki keistimewaan tambahan sesuai dengan kebutuhan.....	77
Tabel 4.7 Kesesuaian dengan spesifikasi ( <i>conformance</i> ) Berdasarkan keinginan konsumen.....	78
Tabel 4.8 Daya tahan ( <i>durability</i> ) produk yang bagus.....	79
Tabel 4.9 Motor merek Honda Beat memiliki kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan dikendarai.....	80
Tabel 4.10 Honda Beat memiliki harga yang terjangkau dibandingkan merek lain.....	82
Tabel 4.11 Honda Beat memiliki kesesuaian harga produk dengan kualitas produk.....	83
Tabel 4.12 Harga Honda Beat mampu bersaing dengan harga produk lain.....	84
Tabel 4.13 Penetapan harga di PT. Cahaya Unggul Nusantara	

Motor Ponorogo menggunakan harga tunggal.....	85
Tabel 4.14 Harga produk Honda Beat di PT. Cahaya Unggul Nusantara Motor Ponorogo termasuk biaya pengiriman sampai ke tangan pembeli.....	87
Tabel 4.15 Pesan iklan Honda Beat mudah dipahami karena alurnya jelas.....	88
Tabel 4.16 Bintang iklan Honda Beat adalah artis yang terkenal sehingga mudah menarik perhatian saya .....	89
Tabel 4.17 Penampilan gambar pada iklan Honda Beat sangat menarik sehingga tertarik untuk membelinya.....	91
Tabel 4.18 Saya memutuskan untuk membeli Honda Beat di PT. Cahaya Unggul Nusantara Motor Ponorogo setelah membandingkannya dengan produk yang.....	93
Tabel 4.19 Saya yakin dengan keputusan saya membeli Honda Beat di PT. Cahaya Unggul Nusantara Motor Ponorogo.....	94
Tabel 4.20 saya membeli Honda Beat karena adanya kebutuhan .....	95
Tabel 4.21 Rangkuman Hasil Uji Validitas.....	97
Tabel 4.22 Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas.....	98
Tabel 4.23 Uji Multikolinieritas.....	101
Tabel 4.24 Uji Autokorelasi.....	104
Tabel 4.25 Output Analisis Regresi Berganda.....	105
Tabel 4.26 Output Korelasi Berganda.....	109
Tabel 4.27 Output Nilai Koefesein Determinasi ( $R^2$ ).....	110

Tabel 4.28 Output Nilai T Hitung.....111

Tabel 4.29 Output Nilai Uji F.....116



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	19
Gambar 2.2 Model Perilaku Konsumen.....	20
Gambar 2.3 Model Perilaku Konsumen atas keputusan Pembelian .....	22
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran.....	43
Gambar 3.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji t.....	61
Gambar 3.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji f.....	62
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	65
Gambar 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Gambar 4.2 Profil Responden Berdasarkan Umur.....	71
Gambar 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	72
Gambar 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	74
Gambar 4.6 Grafik Normalitas.....	100
Gambar 4.7 Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....	103
Gambar 4.8 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji t.....	112
Gambar 4.9 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji t.....	114
Gambar 4.10 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji t.....	115
Gambar 4.11 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji f .....	117

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian

Lampiran 3 Berita Acara Bimbingan Skripsi

