

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, DESAIN PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
HONDA PCX PADA KONSUMEN MPM MOTOR
CABANG JALAN SOEKARNO HATTA PONOROGO**



Nama : Baru Tri Laksono

NIM : 16413998

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2022

**PENGARUH HARGA, DESAIN PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PCX
PADA KONSUMEN MPM MOTOR
CABANG JALAN SOEKARNO HATTA 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 : Baru Tri Laksono

NIM : 16413998

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Harga, Desain Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda PCX Pada Konsumen Mpm Motor Cabang Jalan Soekarno Hatta Ponorogo

Nama : Baru Tri Laksono

NIM : 16413998

Tempat, Tanggal lahir : Ponorogo, 13 September 1997


Program Studi : Manajemen

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

Ponorogo, Februari 2022
Pembimbing II

Pembimbing I


Naning Kristvana, SE., MM
NIDN. 0721117501

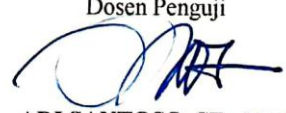

Edi Santoso, SE., MM
NIDN. 0711037401


Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si.
NIP. 19760508 200501 1 002

Dosen Penguji


Naning Kristvana, SE., MM
NIDN. 0721117501


ADI SANTOSO, SE., MM
NIDN.0727118803


Drs. Ec. PURWANTO,MM
NIDN.0702105301

RINGKASAN

Pesatnya pertumbuhan industri sepeda motor di Indonesia di pengaruhi oleh masuknya sejumlah produsen sepeda motor. Pesatnya pertumbuhan industri sepeda motor di Indonesia di pengaruhi oleh masuknya sejumlah produsen sepeda motor dari luar yang rata-rata berasal dari Jepang. Merek-merek sepeda motor yang selama ini banyak dibeli adalah sepeda motor keluaran Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki, dan TVS. Salah satu varian produk Honda yang baru muncul adalah Honda PCX 150. Hal ini membuat masyarakat sebagai konsumen membuat keputusan untuk membeli Honda PCX 150. Keputusan pembelian produk dipengaruhi oleh banyak faktor, baik dari harga yang ditawarkan perusahaan, desain produk yang dibentuk oleh perusahaan dan faktor promosi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan variabel Harga, Desain Produk dan Promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda PCX Pada konsumen MPM Motor cabang Jalan Soekarno Hatta Ponorogo dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Setelah dilakukan tinjauan pustaka dan penyusunan hipotesis, data dikumpulkan melalui metode kuesioner terhadap 100 responden konsumen yang pernah membeli dan memakai produk sepeda motor Honda PCX di MPM Motor Cabang Jalan Soekarno Hatta Ponorogo yang diperoleh dengan menggunakan metode *simple random sampling* kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Keputusan pembelian sepeda motor honda PCX di MPM Motor cabang Jalan Soekarno Hatta Ponorogo, sehingga apabila Harga meningkat, maka Keputusan Pembelian akan menurun. Desain Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor honda PCX di MPM Motor cabang Jalan Soekarno Hatta Ponorogo, sehingga apabila Desain Produk semakin bagus maka Keputusan pembelian akan lebih meningkat. Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor honda PCX di MPM Motor cabang Jalan Soekarno Hatta Ponorogo, Sehingga apabila Promosi semakin bagus maka keputusan pembelian akan lebih meningkat. Harga, Desain Produk dan Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor honda PCX di MPM Motor cabang Jalan Soekarno Hatta Ponorogo. Variabel Desain Produk berpengaruh paling dominan terhadap variabel Keputusan Pembelian sepeda motor honda PCX di MPM Motor cabang Jalan Soekarno Hatta Ponorogo.

Kata kunci: Harga, Desain Produk, Promosi dan Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul: PENGARUH HARGA, DESAIN PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PCX PADA KONSUMEN MPM MOTOR CABANG JALAN SOEKARNO HATTA PONOROGO.

Penelitian ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, terima kasih yang tak terhingga penulis sampaikan kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi, khususnya kepada:

1. Kedua orangtua tercinta yang selalu merawat dan membimbingku dengan penuh kasih sayang, serta memberikan do'a dan dukungannya sampai menjadi seperti saat ini
2. Dr. Happy Susanto, M.A, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan fasilitas dan juga kesempatan untuk menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Dr. Hadi Sumarsono, SE., MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh program Akuntansi S-1 di Fakultas Ekonomi.
4. Ibu Naning Kristyana, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

5. Bapak Drs. Sujiono, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu dan tenaga serta senantiasa membimbing penulis dengan sabar dan teliti sejak awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
6. Bapak Edi Santoso, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah banyak meluangkan waktu dan tenaga serta senantiasa membimbing penulis dengan dengan berbagai masukan yang sangat berguna.
7. Bapak/Ibu dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, yang telah banyak memberikan pengajaran dan bimbingan selama perkuliahan ini.
8. Responden penelitian yang dengan kerelaan hati telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang diajukan dalam penelitian ini.
9. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberi motivasi dan kerjasama selama kuliah sampai penyusunan skripsi ini terselesaikan.
10. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dan memberikan inspirasi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, segala kritik dan saran yang membangun selalu penulis harapkan. Selanjutnya, penulis berharap penelitian ini mampu memberikan manfaat kepada semua pihak.

Ponorogo, 19 Januari 2022

Penulis

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

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

Ponorogo, 19 Januari 2022

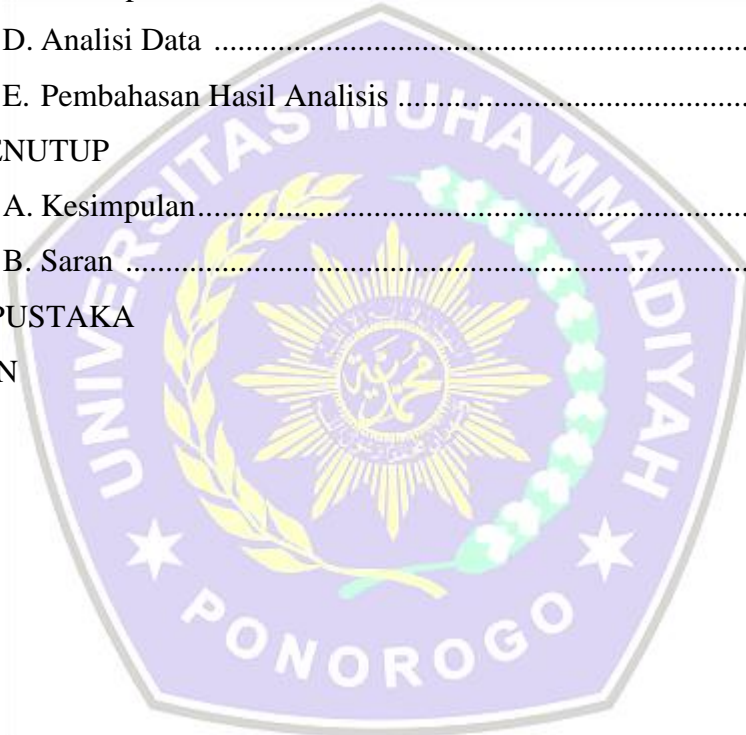


Baru Tri Laksono
NIM: 16413998

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Ringkasan	iv
Kata Pengantar	v
Pernyataan Tidak Melanggar Kode Etik Penelitian	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran	xii
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	10
1. Pemasaran	10
2. Manajemen Pemasaran	14
3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	16
4. Harga	18
5. Produk	23
6. Desain Produk	23
7. Promosi	25
8. Keputusan Pembelian	28
B. Penelitian Terdahulu	36
C. Kerangka Pemikiran	38
D. Hipotesis	39
BAB III: METODE PENELITIAN	
A. Ruang Lingkup Penelitian	46

B. Populasi Dan Sampel Penelitian	47
C. Jenis Data	49
D. Metode Pengambilan Data	50
E. Definisi Operasional Variabel	51
F. Metode Analisis Data	54
BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	62
B. Gambaran Umum Responden	67
C. Deskripsi Variabel Penelitian	70
D. Analisa Data	78
E. Pembahasan Hasil Analisis	89
BAB V: PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	97
B. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penjualan Sepeda Motor Honda PCX 150 di PT. MPM Ponorogo	5
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	68
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	69
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Harga (X1).....	70
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Desain Produk (X2)	73
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Promosi (X3)	75
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	77
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Validitas	79
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	80
Tabel 4.10 Pengujian Multikolinearitas	81
Tabel 4.11 Uji Autokorelasi	82
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Berganda	84
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi (R^2)	85
Tabel 4.14 Uji T	87
Tabel 4.15 Uji F	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Tahapan Keputusan Pembelian	32
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran	38
Gambar 4.1 Struktur organisasi PT. Mitra Pinasthika Mustika Tbk. Cabang Ponorogo	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2 : Hasil Jawaban Responden

Lampiran 3 : Hasil Uji SPS

