

**PENGARUH FAKTOR KUALITAS PRODUK DAN HARGA
YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA
MOTOR HONDA (STUDI BANDING PEGAWAI DINAS
PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN PROVINSI
SUMATERA UTARA)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh :

**MARIO TONDI PARTOGI LUBIS
NIM : 08 832 0231**



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2012**

Judul Skripsi : Pengaruh Faktor Kualitas Produk dan Harga yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Banding Pegawai Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sumatera Utara)

Nama Mahasiswa : MARIO TONDI PARTOGI LUBIS

No. Stambak : 08 832 0231

Jurusan : Manajemen

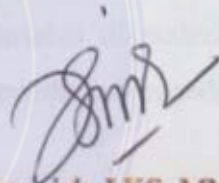
Menyetujui :
Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II



(Drs. H. Miftahuddin, MBA)



(Dra. Isnahiah, LKS, MMA)

Mengetahui :

Ketua Jurusan

Dekan



(Ihsan Effendi, SE., M.Si)



(Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE., M.Ec)

Tanggal Lulus :

2012

ABSTRAK

Mario Tondi Partogi Lubis. NPM. 088320231. "Pengaruh Faktor Kualitas Produk dan Harga yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Banding Pegawai Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sumatera Utara)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda, untuk mengetahui faktor harga yang mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Honda. Hipotesis dalam penelitian ini adalah Kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda.

Jenis penelitian ini adalah asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli sepeda motor Honda yang berjumlah 157 pegawai. Teknik pengumpulan data menggunakan data Primer. Teknik analisis yang dipergunakan adalah Pengujian Hipotesis Korelasi dengan menggunakan *software* SPSS 19.00.

Hasil penelitian dengan menggunakan Deskripsi Variabel diketahui bahwa faktor kualitas dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Syukur Alhamdulillah Peneliti ucapkan ke Hadirat Allah SWT karena atas Rahmat dan Hidayah-Nya peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH FAKTOR KUALITAS PRODUK DAN HARGA YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA (STUDI BANDING PEGAWAI DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN PROVINSI SUMATERA UTARA)”** sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

Dalam proses penelitian skripsi ini, peneliti banyak mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak dan pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

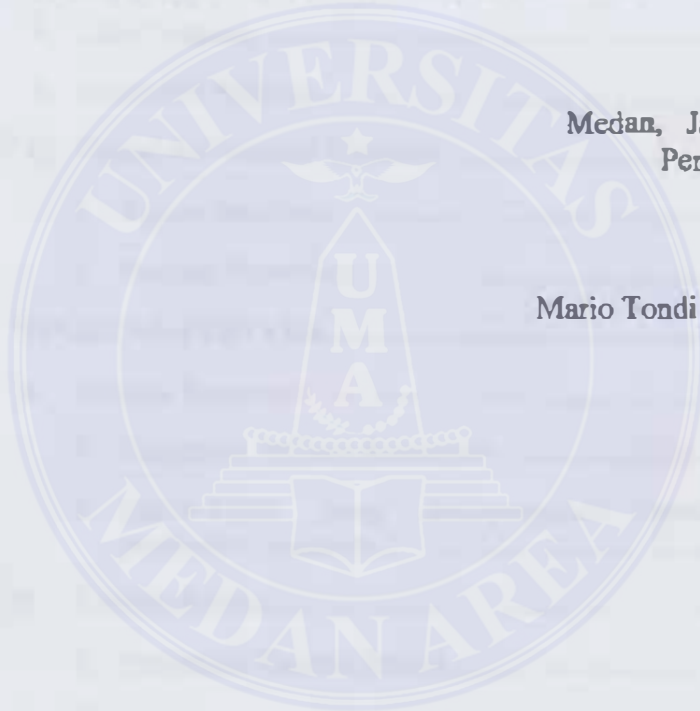
1. Bapak Prof. Dr. Sya'ad Afifuddin, Mec. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area dan juga selaku Ketua Tim Penguji.
2. Bapak Usan Effendi, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Ibu Dhian Rosalina, SE, MM selaku Sekretaris Tim Penguji.
4. Bapak Drs. H. Miftahuddin, MBA selaku Pembimbing I.
5. Ibu Dra. Isnaniah LKS, MMA selaku Pembimbing II.
6. Bapak dan Ibu staf pengajar serta para pegawai di Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

7. Semua orang yang telah mendukung dan membantu peneliti baik dalam masa perkuliahan maupun dalam penelitian ini yang mungkin namanya terlupakan oleh peneliti. (mohon maaf dan terima kasih)

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa penelitian skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka peneliti mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sifatnya membangun. Semoga kiranya skripsi bermanfaat bagi kita semua.

Medan, Januari 2012
Peneliti

Mario Tondi Partogi Lubis



DAFTAR ISI

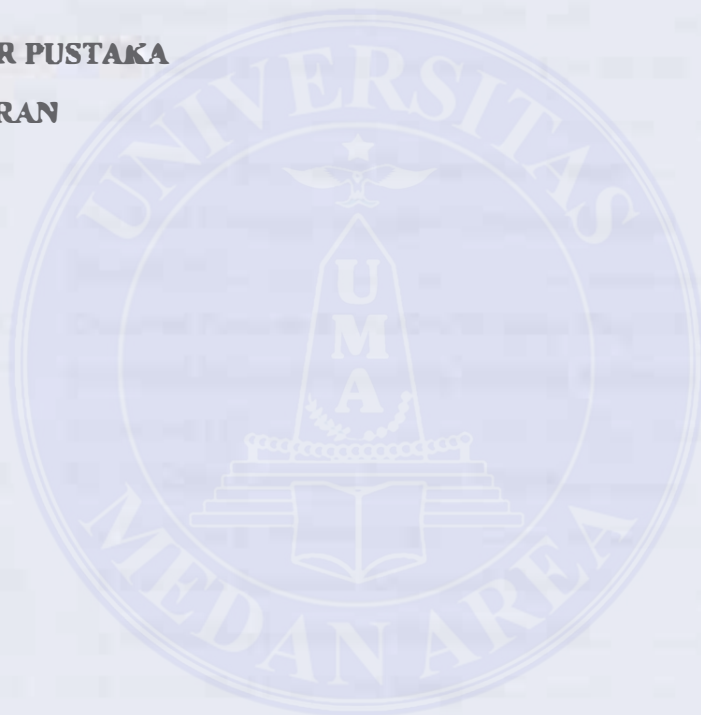
	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1. Tujuan Penelitian.....	6
2. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Perilaku Konsumen.....	7
1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	7
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.....	8
B. Kualitas Produk.....	11
1. Pengertian Kualitas Produk.....	11
2. Dimensi Kualitas Produk.....	12
C. Harga.....	14
1. Pengertian Harga.....	14
2. Tujuan Penetapan Harga.....	14
3. Strategi Penetapan Harga.....	16
D. Keputusan Pembelian.....	19
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	19
2. Tahapan Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	19

E. Penelitian Terdahulu	21
F. Kerangka Konseptual	22
G. Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Jenis Penelitian.....	23
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	23
C. Batasan Operasional.....	23
D. Definisi Operasional Variabel.....	24
E. Skala Pengukuran Variabel.....	25
F. Populasi dan Sampel Penelitian	26
1. Populasi Penelitian.....	26
2. Sampel Penelitian	27
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	27
G. Jenis dan Sumber Data.....	28
1. Jenis Data.....	28
2. Sumber Data.....	28
H. Metode Pengumpulan Data.....	28
1. Studi Dokumentasi	28
2. Kuesioner	29
3. Wawancara.....	29
I. Uji Validitas dan Reliabilitas	29
1. Uji Validitas	29
2. Uji Reliabilitas.....	30
J. Teknik Analisis Data.....	31
1. Pengujian Hipotesis Korelasi	31

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
A. Gambaran Umum.....	35
B. Hasil Penelitian.....	40
1. Deskripsi Variabel.....	40
2. Uji Validitas dan Reabilitas.....	44
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	51
A. Kesimpulan.....	51
B. Saran.....	52

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Data Penjualan Sepeda Motor Honda Bulan Januari - Juni (unit) 2012.....	4
Tabel 1.2.	Data Pegawai Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sumatera Utara yang Menggunakan Sepeda Motor Merek Honda Pada Tahun 2012.....	5
Tabel 3.1.	Defenisi Operasioal Variabel	24
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tipe Sepeda Motor Honda	39
Tabel 4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan	40
Tabel 4.5.	Distribusi Pendapat Responden Terhadap Kualitas Produk (X1).....	41
Tabel 4.6.	Distribusi Pendapat Responden Terhadap Harga (X2).....	42
Tabel 4.7.	Distribusi Pendapat Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	43
Tabel 4.8.	Uji Validitas Kuesioner Kualitas Produk.....	45
Tabel 4.9.	Uji Validitas Kuesioner Harga	46
Tabel 4.10.	Uji Validitas Kuesioner Keputusan Membeli	46
Tabel 4.11.	Uji Reliabilitas Kuesioner Kualitas Produk	47
Tabel 4.12.	Uji Reliabilitas Kuesioner Harga.....	47
Tabel 4.13.	Uji Reliabilitas Kuesioner Keputusan Membeli	48
Tabel 4.14.	Uji Korelasi Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Membeli.....	49
Tabel 4.15.	Uji Korelasi Variabel Harga Terhadap Keputusan Membeli	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Lima Tahap Proses Pembelajaran	20
Gambar 2.2. Kerangka Konseptual.....	22



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang kian maju membuat faktor akan laju perekonomian terus meningkat sehingga minat daripada masyarakat akan terhadap suatu produk terus meningkat.

Keputusan pembelian konsumen tersebut adalah tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan yang dirasakan dan kebutuhan itu dapat berasal dari pribadi konsumen sendiri dan atau dari lingkungan sekitar konsumen tersebut. Kebutuhan itu dapat merupakan kebutuhan keseharian (keluarga), kebutuhan ekonomis, status sosial dan kebutuhan lainnya. Sebelum melakukan keputusan pembelian, konsumen akan dihadapkan dalam berbagai macam pilihan produk yang ditawarkan produsen.

Berbagai macam pilihan produk yang ditawarkan produsen, memberikan kesempatan bagi konsumen untuk melakukan konsumsi dengan berbagai pilihan merek lainnya. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan menangani persaingan yang dihadapinya, sehingga tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai, seperti mengembangkan produk berkualitas, menetapkan harga, serta mempromosikan produk secara efektif dan efisien. Dalam mempertahankan dan memenangkan persaingan perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai yang lebih, sehingga tampak berbeda dengan produk pesaing. Disamping kualitas produk, tinjauan terhadap harga juga semakin penting, karena

setiap harga yang ditetapkan perusahaan akan mengakibatkan tingkat permintaan terhadap produk yang berbeda.

Perusahaan juga harus mampu mengenal apa yang menjadi kebutuhan dan harapan konsumen saat ini maupun yang akan datang. Konsumen sebagai individu dalam mendapatkan atau membeli barang telah melalui proses-proses atau tahapan-tahapan terlebih dahulu, seperti mendapatkan informasi yang baik melalui referensi dari orang lain, kemudian membandingkan produk satu dengan produk lainnya sampai akhirnya pada keputusan pembelian produk itu.

Pada penelitian ini, produk yang dijadikan objek penelitian adalah sepeda motor. Pertimbangan pemilihan sepeda motor ini, adalah pengguna sepeda motor di Indonesia kini semakin hari semakin pesat perkembangannya. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya meningkatnya daya beli masyarakat. Faktor lainnya adalah masalah ekonomi, karena dengan menggunakan sepeda motor akan lebih menghemat biaya dan praktis dibanding harus memakai kendaraan umum. Bagi masyarakat di kota-kota besar, mayoritas mereka mengandalkan sepeda motor sebagai alat transportasi, untuk mengatasi masalah kemacetan yang semakin meningkat, akibat dari terlalu banyaknya mobil atau kendaraan lainnya bahkan dari buruknya sistem pengaturan lalu lintas.

Masyarakat biasanya beralih ke sepeda motor dan meninggalkan menggunakan kendaraan umum maupun mobil pribadi disebabkan sepeda motor sebagai kendaraan utama yaitu yang pertama ukurannya kecil. Ukuran kecil sepeda motor, untuk tetap bisa melaju diantara kemacetan lalu lintas kendaraan besar lainnya. Yang kedua adalah hemat bahan bakar, dengan menggunakan sepeda motor untuk berpergian jauh akan menghemat pengeluaran karena 1 (satu)

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Azwar, Salfuddin, 2000. *Reliabilitas dan Validitas*, Pustaka Belajar, Yogyakarta.
- Catur E, Rismiatl dan Ig. Bomdan Suratno. 2006. *Pemasaran Barang dan Jasa*, Kanisius, Yogyakarta.
- Dharmesta. 2002. *Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Durianto, Damardi dkk. 2003. *Strategi Menaklukkan Pasar*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Jefkins, Frank. 1997. *Periklanan*, edisi ketiga, Erlangga, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kriyantono, Rahmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Kencana, Prenada Media Group, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Alih bahasa : Hendra Teguh, Ronny A. Rusli dan Benjamin Molan, Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran (edisi kesembilan)*, Prentice Hall. Inc, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Morrisa, 2007. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Ramdina Prakarsa, Jakarta.
- Lee, Monle dan Carla Johnson. 2007. *Prinsip-prinsip Pakak Periklanan Dalam Perspektif Global*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Peter, J. Paul dan Jerry, C. Olson. 2000. *Consumer Behavior and Marketing Strategy, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, alih bahasa Sihombing Damos, Erlangga, Jakarta.
- Peter, J. Paul dan Jerry, C. Olson. 2006. *Consumer Behavior and Marketing Strategy, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, alih bahasa Sihombing Damos, Erlangga, Jakarta.

- Setiadi, Nugroho. J. 2002. *Perilaku Konsumen*, Prenada Media, Jakarta.
- Simamora, Bilson. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran yang Efektif dan Profitable*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Siswanto Sutojo. 2003. *Manajemen Penjualan yang Efektif*, Cetakan Pertama, PT. Damar Mulia Pustaka, Jakarta.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan Metode R&D*, CV. Alfabeta, Bandung..
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*, Edisi Pertama, Andi Offset, Yogyakarta.
- Umar, Husein. 2004. *Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi*, Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Yamit, Zulian. 2004. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Ekonisia, Yogyakarta.
- Winardi, J. 2001. *Manajemen Perilaku Organisasi*, Prenada Media, Jakarta.

Karya Ilmiah (Jurnal, Artikel, Skripsi, Tesis)

- Haloho, Thomas Parulian Deardo. 2010. *"Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Penggunaan Sepeda Motor Handa (Studi kasus Mahasiswa Sastra Inggris Universitas Medan)"*, Program Strata Satu (S1), Universitas Sumatera Utara, Medan.

Internet

- <http://www.astra-honda.com>. Dikunjungi pada bulan Agustus 2012.
- <http://www.proud2ride.wordpress.com>. Dikunjungi pada bulan Agustus 2012.
- Biyanto, Hariadi. 2008. *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha Mio (Studi kasus di PT. Alfa Scorpii Medan)*.
<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/4250/1/09E01394.pdf>. Dikunjungi pada bulan Agustus 2012.

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Dengan Hormat,

Terima kasih atas kesediaan Saudara/Saudari untuk berpartisipasi mengisi dan menjawab seluruh pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini. Penelitian ini digunakan untuk menyusun skripsi yang berjudul, "PENGARUH FAKTOR KUALITAS PRODUK DAN HARGA YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA (STUDI BANDING KARYAWAN DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN PROVINSI SUMATERA UTARA). Kuesioner ini ditujukan untuk pegawai yang membeli sepeda motor Honda di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sumatera Utara.

Untuk itu diharapkan responden dapat memberikan jawaban yang sebenarnya demi membantu penelitian ini. Atas kesediaannya saya ucapkan terima kasih, semoga penelitian ini bermanfaat bagi kita semua.

Hormat Saya,
Mario Tondi
Partogi Lubis

NIM :
08.832.0231

I. Identitas Responden

Nama :
Jenis Kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan
Usia :tahun
Tipe motor Honda yang digunakan:

II. PETUNJUK PENGISIAN

Anda diminta untuk memilih salah satu dari beberapa alternatif jawaban yang tersedia dengan cara memberikan tanda silang (X). Dalam skala ini tidak ada penilaian benar atau salah, jawaban yang paling baik adalah yang sesuai dengan diri Anda.

Adapun jawaban yang tersedia yaitu:

SS : Sangat setuju dengan pertanyaan

S : Setuju dengan pertanyaan

TS : Tidak setuju dengan pertanyaan

STS: Sangat tidak setuju dengan pertanyaan

Contoh Pengisian

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Honda adalah merek favorit saya			X	



III. DAFTAR PERTANYAAN

Variabel Kualitas Produk

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Saya memutuskan melakukan pembelian, karena daya tahan mesin sepeda motor Honda lebih tangguh daripada sepeda motor merek lain				
2	Saya memutuskan melakukan pembelian, karena sepeda motor Honda memiliki umur ekonomis yang lebih lama daripada sepeda motor merek lain (jarang mengalami kerusakan yang parah)				
3	Saya memutuskan melakukan pembelian, karena model atau penampilan sepeda motor Honda lebih menarik dan mengesankan, sehingga dapat menambah rasa percaya diri saya saat mengendarainya.				

Variabel Harga

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Alasan saya memutuskan untuk membeli, karena harga sepeda motor Honda lebih sesuai dengan kemampuan atau daya beli masyarakat termasuk saya.				
2	Penyebab saya memilih dan memutuskan membeli, karena harga yang ditawarkan sepeda motor Honda lebih sesuai dengan kualitas yang saya peroleh.				
3	Karena harga jual sepeda motor Honda lebih tinggi daripada sepeda motor merek lain, saya memutuskan untuk membelinya.				

Variabel Keputusan Pembelian

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Saya membeli sepeda motor Honda untuk memenuhi kebutuhan berkendara.				
2	Saya membeli sepeda motor Honda karena ingin mencobanya.				
3	Saya membeli sepeda motor Honda karena telah terbiasa mengendarainya (pernah memiliki)				