

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP MINAT
BELI KONSUMEN PADA PRODUK SEPEDA MOTOR HONDA BEAT
PERCEIVED VALUE SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***

(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh :

VITO ANANDA AGUSTINO

NPM 21420149

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2025

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Vito Ananda Agustino
NPM : 21420149
Alamat : Jl. Uka Gg 5 No 36, Surabaya
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan skripsi dengan judul "**Pengaruh Kualitas Produk, dan Harga, Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Sepeda Motor Honda Beat Dan *Perceived Value* Sebagai Variabel *Intervening***" adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 30 Januari 2025

Yang membuat pernyataan



(Vito Ananda Agustino)

NPM : 21420149

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAN HARGA, TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PADA PRODUK SEPEDA MOTOR HONDA BEAT DAN *PERCEIVED*
VALUE SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*.

Diajukan Oleh :

Vito Ananda Agustino

NPM 21420149

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Dr. Adrianto Trimarjono, SE, MM.

NIK/NIP.09420-ET

Tanggal, 14 Januari 2025

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono, SE, MM.

NIK/NIP.09420-ET

Tanggal, 14 Januari 2025

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK SEPEDA MOTOR HONDA BEAT DAN *PERCEIVED VALUE* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Vito Ananda Agustino

NPM : 21420149

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



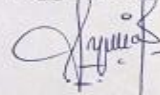
Dr. Adrianto Trimarjono, SE,MM.

Ketua Penguji



Djojo Diharjo, SE,MM,MAK

Anggota Penguji



Ni Ketut Yulia Agustini, SE,MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal 14 Januari 2025



Dr. Adrianto Trimarjono, SE,MM

Ketua Program Studi Manajemen

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK SEPEDA MOTOR HONDA BEAT PERCEIVED VALUE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA).” Penulis skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada S-1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis sangat menyadari terhadap kepenulisan ini tentunya tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa dukungan dari berbagai pihak baik secara moril maupun materil. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Dalam membantu penyelesaian skripsi ini. Terima kasih yang mendalam penulis persembahkan untuk :

1. Bapak Prof. Dr.H.Widodo Ario Kentjono,dr.Sp.THT-KL (K),FICS selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM, M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
3. Bapak Dr. Adrianto Trimarjono, SE,MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
4. Bapak Dr. Adrianto Trimarjono, SE,MM. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bantuan serta bimbingan selama skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik
5. Ibu Wiwik Herawati, SE,MM. selaku dosen wali yang telah memberikan arahan selama studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

6. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu dan pengajaran selama studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
7. Seorang Ayah yang bernama Munadji beliau mampu mendidik penulis, mendoakan, memberikan semangat dan motivasi tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan studinya hingga sarjana dan dapat memersembahkan karya kecil ini kepadamu.
8. Seorang Ibu yang bernama Wiwik Mardiaty Terimakasih sebesar-besarnya kepada beliau atas segala bantuan, semangat, dan doa yang diberikan meski terkadang pikiran kita tidak sejalan, namun terimakasih atas kesabaran menghadapi penulis yang keras kepala ini dan terimakasih juga sudah menjadi tempat untuk pulang
9. kepada Nur Laily Fauziyah seseorang yang selalu menemani dalam keadaan suka maupun duka, yang selalu mendengarkan keluh kesah ketika mengerjakan skripsi ini, dan selalu memberikan dukungan, motivasi, semangat, pengingat serta menemani penulis dalam penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
10. Teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2021 yang saling memberikan dukungan serta informasi selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran dan kritik serta masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

Surabaya, 14 Desember 2024

Penulis

Vito Ananda Agustino

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
ABSTRAK	xi
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Sistematika penulisan	14
BAB 2	11
TILIAAH PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Perilaku Konsumen	11
2.1.2 Kualitas Persepsi	11
2.1.3 Harga	14
2.1.4 Minat Beli	17
2.1.5 Perceived Value	19
2.1.6 Hubungan Antar Variabel	21
2.2 Penelitian Sebelumnya	32
2.3 Hipotesis dan Model Analisis	40
2.3.1 Hipotesis	40
2.3.2 Model Analisis	41
BAB 3	42
METODE PENELITIAN	42
3.1 Pendekatan Penelitian	42
3.2 Populasi dan Sampel	43
3.2.1 Populasi	43

3.2.2 Sampel	43
3.3 Identifikasi Variabel	45
3.3.1 Variabel Independent (variabel bebas)	45
3.3.2 Variabel Dependen (variabel terikat)	45
3.3.3 Variabel Intervening (variabel mediasi)	45
3.3 Definisi Operasional Variabel	46
3.3.1 Kualitas Produk (X ₁)	46
3.3.2 Harga (X ₂)	47
3.3.3 Minat Beli (Y)	47
3.3.4 Perceived Value	48
3.4 Jenis dan Sumber Data	48
3.4.1 Jenis Data	48
3.4.2 Sumber Data	49
3.5 Prosedur Pengumpulan Data	50
3.6 Teknik Analisis Data	52
3.7 Uji Instrumen	52
3.7.1 Uji Validitas	52
3.7.2 Uji Reliabilitas	53
3.7.3 Uji Hipotesis	53
BAB 4	60
HASIL DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	60
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	60
4.2 Hasil Penelitian	61
4.2.1 Karakteristik Responden	61
4.2.2 Analisis Deskriptif	64
4.3 Analisis Data	71
4.3.1 Uji Instrumen	71
4.3.2 Uji Hipotesis	74
4.4 Pembahasan	80
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	83
4.4.2 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli	84
4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Perceived Value	85

4.4.4 Pengaruh Harga Terhadap Perceived Value.....	86
4.4.5 Pengaruh Langsung Perceived Value Terhadap Minat Beli Konsumen.....	87
4.4.6 Perceived Value Dapat Digunakan Sebagai Variabel Intervening yang menjelaskan Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen.....	87
4.4.7 Perceived Value Dapat Digunakan Sebagai Variabel Intervening Yang Menjelaskan Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Konsumen.....	88
BAB V.....	90
SIMPULAN DAN SARAN.....	90
5.1 Simpulan.....	90
5.2 Saran.....	90
5.3 Kontribusi Penulis.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 1. 2.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2 1.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3. 1.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 1.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 2.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 3.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 1.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 2.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 3.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 4.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 5.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 6.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 7.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 8.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 9.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 10.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 11.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 12.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 3	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 4	Error! Bookmark not defined.

ABSTRAK

Peninjauan ini diterapkan guna menguji bagaimana Pengaruh Kapabilitas komoditi, serta Harga Terhadap Minat Beli Konsumen serta perceived value Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya).

Komunitas dalam pengamatan ini yakni mahasiswa aktif Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Sampling yang diterapkan dalam pengamatan ini yakni enam puluh kontributor dengan kriteria kontributor Perempuan serta laki-laki berusia minimal tujuh belas tahun serta kontributor yang pernah memakai dan telah melakukan pembelian pada produk Sepeda Motor Honda Beat. Teknik pengumpulan sampling menerapkan *non-probability sampling* dengan menerapkan *purposive sampling*, adapunkian pengumpulan data diterapkan dengan memedomani angket fisik.

Analisa yang ditetapkan yakni analisa jalur (*path analysis*) diolah mendayagunakan IBM SPSS, hasil pengamatan ini dapat disimpulkan bahwa Kapabilitas Produk berdampak secara fraksional terhadap Minat Beli Konsumen, Harga tidak berimplikasi secara parsial terhadap purchase interest, Perceived Value berimplikasi langsung terhadap Minat Beli Konsumen. Kapabilitas Produk berimplikasi secara fraksional terhadap Perceived Value, Harga berdampak secara fraksional terhadap Perceived Value dengan. Perceived Value dapat diterapkan sebagai variabel intervening yang menjelaskan Kapabilitas Product terhadap Minat Beli Konsumen , Perceived Value dapat diterapkan sebagai variabel intervening yang menjelaskan pengaruh Harga terhadap Minat Beli Konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga,Minat Beli, Dan Perceived Value

ABSTRACT

This research was conducted to examine the influence of product quality and price on consumer buying interest and buying interest as an intervening variable in Honda Beat motorbike products (Case Study of Students at Wijaya Kusuma University, Surabaya).

The population in this study were active students at Wijaya Kusuma University, Surabaya. The sample used in this research was sixty respondents with the criteria being female and male respondents aged at least seventeen years and respondents who had used and had purchased Honda Beat motorbike products. The sample collection technique uses non-probability sampling using purposive sampling, while data collection is carried out using a physical questionnaire.

The analysis used is path analysis which is processed using IBM SPSS. The results of this research can be concluded that Product Quality has no partial effect on Consumer Purchase Price has no partial effect on Interest. Consumer Purchase Interest , Perceived Value has a direct effect on Consumer Purchase Interest . Product Quality partially influences Perceived Value , Price partially influences Perceived Value. Perceived Value can be used as an intervening variable that explains Product Quality on Consumer Buying Interest , Perceived Value can be used as an intervening variable that explains the influence of Price on Consumer Buying Interest.

Keywords: Product Quality, Price, Purchase Interest, and Perceived Value

