

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, SALURAN DISTRIBUSI
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA
MOTOR HONDA DI HONDA 99 MAYJEND SUNKONO SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan guna memenuhi salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



Diajukan Oleh :

DICKY KURNIAWAN DEWANTORO
NPM : 14420123

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2018**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : DICKY KURNIAWAN DEWANTORO

NPM : 14420123

Alamat : WONOKITRI Gg VII No. 6C

Program Studi : MANAJEMEN

Fakultas : EKONOMI

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, SALURAN
DISTRIBUSI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA DI HONDA 99
MAYJEND SUNKONO SURABAYA**

Adalah benar-benar karya 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,Januari 2019

Yang membuat pernyataan,



(Dicky Kurniawan Dewantoro)
NPM : 14420123

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, SALURAN DISTRIBUSI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA DI HONDA 99 MAYJEND SUNKONO SURABAYA

Diajukan Oleh :

DICKY KURNIAWAN DEWANTORO
NPM : 14420123

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Drs. EC. REDY EKO HARI SUPRAPTO, MM

Tanggal..21..Januari 2019

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. SITI DJAMILAH, SE., M.Si

Tanggal..09..Februari 2019

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, SALURAN DISTRIBUSI
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA
MOTOR HONDA DI HONDA 99 MAYJEND SUNKONO SURABAYA**

Diajukan Oleh :

DICKY KURNIAWAN DEWANTORO
NPM : 14420123

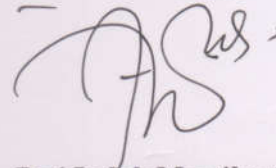
Susunan Dewan Penguji

Sekretaris Tim Penguji / Pembimbing



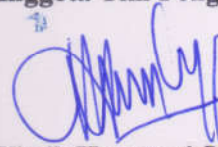
Drs. EC. Redy Eko Hari Suprpto, MM

Ketua Tim Penguji



Dwi Indah Mustikorini, SE, MM

Anggota Tim Penguji



Wiwik Herawati S.E MM

**Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Tanggal. 11... Februari... 2019**



Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si.
Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena hanya atas pertolonganNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Saluran Distribusi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Honda 99 Mayjend Sungkono Surabaya”

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa sejak awal sampai selesainya skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak hingga terselesaikannya penulisan Sripsi ini. Sehubungan dengan itu, penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. H. Sri Harmadji, dr. Sp. THT-KL(K)., selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Iman Karyadi, M.M., Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Siti DJamilah, S.E., M.Si., selaku Ketua Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bapak Drs. EC. Redy Eko Hari Suprpto, MM.,selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu ditengah-tengah kesibukannya dalam rangka memberikan bimbingan dan arahan mulai dari awal hingga selesainya penyusunan skripsi ini.
5. Para Dosen yang tidak bisa penulis sebut satu-persatu yang telah memberikan bekal ilmu pengentahuan selama penulis ilmu di Fakultas Ekonomi Progam Studi Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

6. Staf Tata Usaha dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah membantu selama proses studi.
7. Kedua orang tua yang selalu mengawasi selama perkuliahan dan adik-adik yang telah banyak memberikan perhatian, dukungan dan bantuan sehingga penulis selalu bersemangat dalam menghadapi setiap hambatan.
8. Rekan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Angkatan 2014 yang telah bersama-sama sepenenderitaan dan seperjuangan selama menempuh studi pada Program Studi Manajemen.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan bantuan, doa dan motivasi sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya dan perusahaan Honda 99 Mayjend Sungkono Surabaya sebagai obyek penelitian.

Atas segala kekuarangan dalam penelitian ini, penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya.

Surabaya, Desember 2018

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Pernyataan Bebas Plagiat	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan Dewan Pnguji	iv
Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tebel.....	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstrak	xiv
<i>Abstract</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2. Rumsan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II TELAAH PUSTAKA	8
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	8
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2.1.3 Pengertian Bauran Pemasaran	9
2.1.3.1 Unsur-unsur Bauran Pemasaran	10
2.1.4 Kualitas Produk	11
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Produk	11
2.1.4.2 Tahap Kualitas Suatu Produk.....	12
2.1.4.3 Dimensi Kualitas Produk	13
2.1.4.4 Indikator Kualitas Produk	14

2.1.5 Harga.....	15
2.1.5.1 Pengertian Harga	15
2.1.5.2 Metode Penetapan Harga	16
2.1.5.3 Peranan Harga	17
2.1.5.4 Faktor Mempengaruhi Keputusan Penetapan Harga..	17
2.1.5.5 Indikator Harga	17
2.1.6 Saluran Distribusi	19
2.1.6.1 Pengertian Saluran Distribusi	19
2.1.6.2 Bentuk-Bentuk Saluran Distribusi,	20
2.1.6.3 Karakteristik Saluran Distribusi	22
2.1.6.4 Indikator Saluran Distribusi	22
2.1.7. Promosi	23
2.1.7.1 Pengertian Promosi	23
2.1.7.2 Unsur Atau Metode Promosi	24
2.1.7.3 Tujuan Promosi	25
2.1.7.4 Indikator Promosi	25
2.1.8 Keputusan Pembelian.....	26
2.1.8.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	26
2.1.8.2 Proses Keputusan Pembelian.....	26
2.1.8.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	28
2.1.8.4. Indikator Keputusan Pembelian	30
2.1.9. Hubungan Antara Variabel	31
2.1.9.1. Hubungan Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.1.9.2. Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.1.9.3. Hubungan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.1.9.4. Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	33
2.2. Penelitian Terdahulu	34
2.3. Hipotesis Dan Model Analisis	36
2.3.1 Hipotesis	36

2.3.2 Model Analisis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Pendekatan Penelitian	38
3.2 Populasi Dan Sampel	38
3.2.1 Populasi.....	38
3.2.2 Sampel.....	38
3.3. Identifikasi Variabel	39
3.4. Definisi Operasional.....	40
3.5. Jenis & Sumber Data.....	42
3.6. Prosedur Pengumpulan Data	43
3.7. Uji Validitas dan Reabilitas.....	44
3.8. Teknik Analisis Regresi Berganda	45
3.9. Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	46
3.10. Uji Hipotesis Penelitian.....	46
3.10.1. Uji Hipotesis 1	46
3.10.2. Uji Hipotesis 2	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	50
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	50
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	50
4.2.2 Deskripsi Mengenai Variabel Penelitian	53
4.2.2.1 Penilaian Atas Masing-Masing Variabel.....	53
4.2.3 Deskripsi Mengenai Variabel Kualitas Produk (X_1).....	53
4.2.4 Deskripsi Mengenai Variabel Harga (X_2).....	54
4.2.5 Deskripsi Mengenai Variabel Saluran Distribusi (X_3).....	55
4.2.6 Deskripsi Mengenai Variabel Promosi (X_4).....	55
4.2.7 Deskripsi Mengenai Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	56
4.3 Hasil Analisis Data.....	57
4.3.1 Hasil Pengujian Validitas	57
4.3.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	58
4.3.2 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	59

4.3.4 Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	61
4.3.5 Hasil Pengujian Hipotesis	62
4.3.5.1 Hasil Pengujian Hipotesis 1	62
4.3.5.2 Hasil Pengujian Hipotesis 2	63
4.4 Pembahasan	67
/BAB V /SIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1. Simpulan.....	72
5.2. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin	51
Tabel 4.2	Distribusi Responden Menurut Usia	51
Tabel 4.3	Distribusi Responden Menurut Pendidikan Terakhir	52
Tabel 4.4	Distribusi Responden Menurut Pekerjaan Saat Ini	52
Tabel 4.5	Kategori Mean Masing-masing Variabel	53
Tabel 4.6	Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk (X_1)	54
Tabel 4.7	Jawaban Responden Mengenai Variabel Harga (X_2)	54
Tabel 4.8	Jawaban Responden Mengenai Variabel Saluran Distribusi (X_3)	55
Tabel 4.9	Jawaban Responden Mengenai Variabel Promosi (X_4)	56
Tabel 4.10	Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian (Y)	56
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Validitas	57
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Reliabilitas	59
Tabel 4.13	Hasil Analisis Uji F	62
Tabel 4.14	Hasil Analisis Uji t	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Tahap Proses Keputusan Pembelian	26
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran Teoritis Secara Simultan Dan Parsial	37
Gambar 3.1	Kurva Distribusi F.....	47
Gambar 3.2	Kurva Distribusi t.....	49
Gambar 4.1	Kurva Distribusi F.....	63
Gambar 4.2	Kurva Distribusi Uji t Kualitas Produk (X_1)	65
Gambar 4.3	Kurva Distribusi Uji t Harga (X_2).....	65
Gambar 4.4	Kurva Distribusi Uji t Saluran Distribusi (X_3)	66
Gambar 4.5	Kurva Distribusi Uji t Promosi (X_4)	67

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian
2. Tabulasi Input Data Penelitian (SPSS)
3. Output Data Penelitian (SPSS)
4. Tabel F,t,r.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas produk, harga, saluran distribusi dan promosi secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di Honda 99 Mayjen Sungkono Surabaya. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk, harga, saluran distribusi dan promosi Sedangkan variabel terikat adalah keputusan pembelian sepeda motor Honda di Honda 99 Mayjen Sungkono Surabaya. Dalam penelitian ini, penentuan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling* dengan prosedur *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 96 orang. Sebelum dilakukan uji hipotesis dilakukan uji reliabilitas dan validitas. Hasilnya adalah semua variabel, validitas dan reliabilitas, hasil dari uji F menunjukkan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hipotesis yang pertama menyatakan “Kualitas produk, harga, saluran distribusi dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di Honda 99 Mayjen Sungkono Surabaya” dapat didukung kebenarannya. Hasil uji t menunjukkan masing-masing variabel dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hipotesis yang kedua yang menyatakan “Kualitas produk, harga, saluran distribusi dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di Honda 99 Mayjen Sungkono Surabaya” dapat didukung kebenarannya.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Saluran Distribusi, Promosi Dan Keputusan Pembelian

ABSTRACTION

The purpose of this study was to examine the effect of product quality, price, distribution and promotion channels simultaneously and partially on purchasing decisions of Honda motorcycles at Honda 99 Mayjen Sungkono Surabaya. The independent variables in this study are product quality, price, distribution channels and promotion. While the dependent variable is the purchase decision of a Honda motorcycle at Honda 99 Mayjen Sungkono Surabaya. In this study, the determination of samples was done by non probability sampling method with a purposive sampling procedure. The sample used was 96 people. Before hypothesis testing is carried out test reliability and validity. The result is all variables, validity and reliability, the results of the F test show a significance of 0,000 smaller than 0.05. Thus the first hypothesis states "Product quality, price, distribution and promotion channels simultaneously have a significant effect on purchasing decisions for Honda motorcycles at Honda 99 Mayjen Sungkono Surabaya" can be supported by the truth. The results of the t test show each variable with a significance smaller than 0.05. Thus the second hypothesis which states "Product quality, prices, distribution channels and promotions simultaneously have a significant effect on purchasing decisions of Honda motorcycles at Honda 99 Mayjen Sungkono Surabaya" can be supported by the truth.

Keywords: Product Quality, Prices, Distribution Channels, Promotions and Purchasing Decisions