

**PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR  
HONDA BEAT DI CITRA RAYA CIKUPA  
KABUPATEN TANGERANG**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
gelar Sarjana Strata Satu (S1)

Disusun Oleh:

Nama : Dimas Novaldi Sarapung  
NIM : 1916120143  
Program Study : Manajemen

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
PUTRA PERDANA INDONESIA  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
TANGERANG  
2023**

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : **DIMAS NOVALDI SARAPUNG**  
NIM : 1916120143  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan  
Pembelian Sepeda Motor Honda Beat di Citra Raya  
Cikupa Kabupaten Tangerang

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia dan Undang – undang Pendidikan Republik Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Tangerang, 20 September 2023

Penulis,



Dimas Novaldi Sarapung

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : **DIMAS NOVALDI SARAPUNG**  
NIM : **1916120143**  
PROGRAM STUDI : **MANAJEMEN**  
JENJANG : **STRATA SATU (S1)**  
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan  
Pembelian Sepeda Motor Honda Beat di Citra Raya  
Cikupa Kabupaten Tangerang

Telah disetujui dan diterima baik oleh pembimbing skripsi guna melengkapi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Manajemen Jurusan Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia.

Tangerang, 20 September 2023

Disetujui Oleh:

Ketua Program Studi,



Bagus Caesar Sukmayuda, S.E., M.M

Dosen Pembimbing,



Agus Sugiyanto, S.E., M.M

## LEMBAR PENGESAHAN PENELITIAN SKRIPSI

Nama : DIMAS NOVALDI SARAPUNG  
NIM : 1916120143  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN  
JENJANG : STRATA SATU (S1)  
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan  
Pembelian Sepeda Motor Honda Beat di Citra Raya  
Cikupa Kabupaten Tangerang

Telah dinyatakan lulus ujian skripsi pada tanggal 20 september 2023  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen  
dihadapan Tim Penguji di bawah ini:

Pembimbing



Agus Sugiyanto, S.E., M.M

Tim Penguji :

Ketua Dr. Yoyok Chyono, S.E., M.M

Anggota: 1. Gathot Widyantara, S.E., M.M

2. Agus Sugiyanto, S.E., M.M



Disahkan pada tanggal 20 September 2023

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia

Ketua



Dr. H. Juanda, S.P., S.H., M.M.

## ABSTRAKSI

**DIMAS NOVALDI SARAPUNG, 1916120143**

### **PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA BEAT DI CITRA RAYA CIKUPA KABUPATEN TANGERANG**

Skripsi . Progran Studi Manajemen. 2023

Kata kunci : Promosi, Harga, Keputusan Pembelian

( xiv + 135 + lampiran )

Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda Beat pada masyarakat Citra Raya Cikupa, Kabupaten Tangerang. Maksud penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui tingkat Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda Beat pada masyarakat Citra Raya Cikupa, Kabupaten Tangerang. Sampel yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah 100 responden, dari seluruh populasi yang tak terhingga, pada penelitian ini analisis data yang dilakukan menggunakan SPSS versi 26. Pengujian data yang dilakukan oleh peneliti antara lain dengan melakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis korelasi parsial, yang selanjutnya dihitung menggunakan metode koefisien determinasi, uji regresi linier berganda, uji hipotesis (uji t dan uji F). Berdasarkan hasil analisis korelasi parsial yang selanjutnya dihitung manual dengan menggunakan metode koefisien determinasi dapat diketahui nilai pengaruh dari variabel promosi terhadap keputusan pembelian sebesar 57,8% dan variabel harga terhadap keputusan pembelian sebesar 56,5%. Adapun pernyataan berdasarkan nilai  $R^2$  (R Square) = 0,853 yang memiliki pengertian bahwa sumbangan dari promosi ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) adalah sebesar 72,8% sedangkan sisanya sebesar 27,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis. Hasil Uji t pada penelitian ini untuk pengujian promosi terhadap keputusan pembelian didapatkan hasil  $T_{hitung}$  sebesar 7,7631 dengan nilai sig (p) 0.000, dan untuk pengujian harga terhadap keputusan pembelian didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,870 dengan nilai sig (p) 0.000, kedua hipotesis pada penelitian ini diterima karena Nilai  $t_{hitung} >$  dari  $t_{tabel}$  sebesar 1, 984. Untuk pengujian Simultan (Uji F) didapatkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 120,743 lebih besar dari  $F_{tabel}$  yakni 3,089 maka pengaruh pada pengujian ini signifikan.

## **ABSTRACTION**

**DIMAS NOVALDI SARAPUNG, 1916120143**

**THE INFLUENCE OF PRICE AND PROMOTION ON THE PURCHASE DECISION OF HONDA BEAT MOTORCYCLE IN CITRA RAYA CIKUPA, TANGERANG**

*Thesis . Management Study Program. 2023*

*Keywords: Promotion, Price, Purchase Decision*

*( xiv + 135 + attachments )*

*This study discusses the effect of promotion and price on purchasing decisions for Honda Beat motorcycles in the Citra Raya Cikupa community, Tangerang. The purpose of this study was to analyze and determine the level of influence of promotion and price on purchasing decisions for Honda Beat motorbikes in the Citra Raya Cikupa community, Tangerang. The sample used by the author in this study was 100 respondents, from an infinite entire population. In this study, data analysis was carried out using SPSS version 26. Data testing was carried out by researchers, among others, by conducting validity tests, reliability tests, normality tests, analysis partial correlation, which is then calculated using the coefficient of determination method, multiple linear regression test, hypothesis testing (t test and F test). Based on the results of partial correlation analysis which is then calculated manually using the coefficient of determination method, it can be seen that the effect value of the promotion variable on purchasing decisions is 57.8% and the price variable on purchasing decisions is 56.5%. The statement is based on the value of  $R^2$  (R Square) = 0.853 which means that the contribution from promotion ( $X_1$ ) and price ( $X_2$ ) to purchasing decisions ( $Y$ ) is 72.8% while the remaining 27.2% is influenced by other factors that not researched by the author. The results of the T test in this study for testing promotions on purchasing decisions obtained t count results of 7.7631 with a sig (p) value of 0.000, and for price testing on purchasing decisions obtained a t count value of 5.870 with a sig (p) value of 0.000, both hypotheses on This study was accepted because the t count > t table was 1.984. For the Simultaneous test (F Test) the F count value was 120.743 greater than the F table which was 3.089, so the effect on this test was significant.*

## KATA PENGANTAR

اَلسَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللهِ وَبَرَكَاتُهُ

Alhamdulillah segala puja dan puji syukur, penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala petunjuk, bimbingan dan kemudahan yang diberikan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu sebagaimana yang diharapkan. Adapun judul skripsi ini adalah: Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat di Citra Raya Cikupa Kabupaten Tangerang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan mampu diselesaikan tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuannya, terutama kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. H. Juanda, S.E., S.H., M.M. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia (STIE PPI) Tangerang.
2. Bapak Bagus Caesar Sukmayuda, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia (STIE PPI) Tangerang.
3. Bapak Agus Sugiyanto, S.E., M.M selaku pembimbing dalam penulisan skripsi ini, yang telah memberikan motivasi, arahan,

dukungan dan bantuan berupa imateri yang tidak ternilai harganya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini secara tepat waktu.

4. Segenap Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia (STIE PPI) yang telah memberikan pembelajaran selama mengikuti perkuliahan.
5. Seluruh Staf Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia (STIE PPI) yang telah memberikan pelayanan dalam menunjang proses pembelajaran.
6. Dealer-dealer Motor Honda di wilayah Cikupa memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian dan bantuan dalam memberikan data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Ibu dan Bapak (Haryanto dan Hayati) yang selalu mendoakan, mendukung dan memberikan segala sesuatunya pada anaknya selama kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia (STIE PPI).
8. Sahabat saya (Ilham, Suryadi, Iwan, bani Azwari dan Agus Suryadi) semasa kuliah, yang selalu hadir dan membantu ketika saya kebingungan dalam menyusun skripsi ini.

Penulis hanya bisa berdo'a semoga apa yang diberikan akan mendapatkan balasan yang berlimpah serta menjadi catatan amal yang sempurna dari Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari apa yang diharapkan, mengingat keterbatasan kemampuan dan pengetahuan serta



waktu yang ada. Karenanya, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran untuk langkah penyempurnaan dan perbaikan dimasa yang akan datang.

Harapan penulis, semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Tangerang, 20 September 2023

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, cursive letters that appear to read 'Dimas Novaldi Sarapung'.

Dimas Novaldi Sarapung

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Lembar Pernyataan.....	ii
Tanda Persetujuan Skripsi .....	iii
Lembar Pengesahan Penelitian Skripsi .....	iv
Abstraksi .....	v
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel .....	xii
Daftar Gambar .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	10
C. Rumusan Masalah.....	11
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	11
E. Sistematika Penulisan .....	13
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>15</b>
A. Promosi .....	15
1. Pengertian Promosi .....	15
2. Peran Promosi .....	19
3. Tujuan Promosi.....	20
4. Jenis Promosi .....	24
5. Manfaat Promosi.....	28
6. Dimensi dan Indikator Promosi.....	29
B. Harga.....	30
1. Pengertian Harga.....	30
2. Tujuan Penetapan Harga.....	36
3. Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga .....	40
4. Metode Penetapan Harga.....	42
5. Dimensi dan Indikator Harga.....	44
C. Keputusan Pembelian .....	45
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	45
2. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	48
3. Tahapan dalam Pengambilan Keputusan Pembelian ....	54
4. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian .....	56
D. Kerangka Pemikiran .....	57
E. Hipotesis.....	58
F. Penelitian Terdahulu.....	59
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>62</b>
A. Jenis Penelitian .....	62
B. Sumber Data .....	63
1. Data Primer.....	63
2. Data Sekunder .....	63
C. Metode Pengumpulan Data .....	64
1. Observasi.....	65

2.	Wawancara .....	66
3.	Kuesioner .....	67
D.	Populasi dan Sempel .....	68
E.	Definisi Oprasional Variabel Penelitian .....	69
1.	Variabel Independen .....	70
2.	Variabel Dependen .....	70
F.	Teknik Analisis Data .....	75
1.	Analisis Hasil Penelitian .....	76
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	82
A.	Sejarah Singkat Objek Penelitian .....	82
1.	Sejarah Singkat PT. AHASS Indonesia .....	82
2.	Visi dan Misi Perusahaan .....	84
3.	Produk yang Dijadikan Subjek Penelitian .....	85
4.	Struktur Organisasi Perusahaan .....	87
B.	Deskripsi Data Penelitian .....	89
1.	Jenis Kelamin .....	89
2.	Usia .....	90
3.	Gaji/Pendapatan .....	91
C.	Deskripsi Data Variabel .....	92
1.	Variabel Promosi .....	92
2.	Variabel Harga .....	97
3.	Variabel Keputusan Pembelian .....	102
D.	Analisis Hasil Penelitian .....	108
1.	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	108
2.	Uji Normalitas .....	112
3.	Uji Koefisien Korelasi .....	115
4.	Uji Koefisien Determinasi .....	117
5.	Uji Regresi Linier Berganda .....	120
6.	Uji Hipotesis .....	122
E.	Pembahasan .....	124
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN .....	128
A.	Simpulan .....	128
B.	Saran .....	129
	Daftar Pustaka .....	131
	Daftar Lampiran .....	135

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna Sepeda Motor di Provinsi Banten .....	4
Tabel 1.2 Jumlah Penjualan Sepeda Motor Berdasarkan Merek .....	5
Tabel 1.3 Harga Sepeda Motor Honda Beat .....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	60
Tabel 3.1 Pilihan Jawaban ( <i>Skala Likert</i> ) .....	68
Tabel 3.2 Oprasional Variabel Penelitian .....	71
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	79
Tabel 4.1 Spesifikasi Honda Beat .....	87
Tabel 4.2 Jenis Kelamin .....	89
Tabel 4.3 Usia .....	90
Tabel 4.4 Gaji/Pendapatan .....	91
Tabel 4.5 Deskripsi Data Variabel Promosi 1 .....	92
Tabel 4.6 Deskripsi Data Variabel Promosi 2 .....	93
Tabel 4.7 Deskripsi Data Variabel Promosi 3 .....	93
Tabel 4.8 Deskripsi Data Variabel Promosi 4 .....	94
Tabel 4.9 Deskripsi Data Variabel Promosi 5 .....	94
Tabel 4.10 Deskripsi Data Variabel Promosi 6 .....	95
Tabel 4.11 Deskripsi Data Variabel Promosi 7 .....	95
Tabel 4.12 Deskripsi Data Variabel Promosi 8 .....	96
Tabel 4.13 Deskripsi Data Variabel Promosi 9 .....	96
Tabel 4.14 Deskripsi Data Variabel Promosi 10 .....	97
Tabel 4.15 Deskripsi Data Variabel Harga 1 .....	97
Tabel 4.16 Deskripsi Data Variabel Harga 2 .....	98
Tabel 4.17 Deskripsi Data Variabel Harga 3 .....	98
Tabel 4.18 Deskripsi Data Variabel Harga 4 .....	99
Tabel 4.19 Deskripsi Data Variabel Harga 5 .....	99
Tabel 4.20 Deskripsi Data Variabel Harga 6 .....	100
Tabel 4.21 Deskripsi Data Variabel Harga 7 .....	100
Tabel 4.22 Deskripsi Data Variabel Harga 8 .....	101
Tabel 4.23 Deskripsi Data Variabel Harga 9 .....	101
Tabel 4.24 Deskripsi Data Variabel Harga 10 .....	102
Tabel 4.25 Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian 1 .....	102
Tabel 4.26 Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian 2 .....	103
Tabel 4.27 Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian 3 .....	103
Tabel 4.28 Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian 4 .....	104
Tabel 4.29 Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian 5 .....	104
Tabel 4.30 Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian 6 .....	105
Tabel 4.31 Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian 7 .....	105
Tabel 4.32 Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian 8 .....	106
Tabel 4.33 Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian 9 .....	106
Tabel 4.34 Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian 10 .....	107
Tabel 4.35 Uji Validitas Variabel Promosi .....	108
Tabel 4.36 Uji Validitas Variabel Harga .....	109

Tabel 4.37 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	110
Tabel 4.38 Uji Reliabilitas Variabel Promosi.....	111
Tabel 4.39 Uji Reliabilitas Variabel Harga .....	112
Tabel 4.40 Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	112
Tabel 4.41 Uji Koefisien Korelasi .....	116
Tabel 4.42 Koefisien Determinasi Variabel Promosi ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	117
Tabel 4.43 Koefisien Determinasi Variabel Harga ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	118
Tabel 4.44 Koefisien Determinasi Variabel Promosi ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	119
Tabel 4.45 Regresi Linier Berganda .....	120
Tabel 4.46 Uji T (Parsial) .....	122
Tabel 4.47 Uji F (Simultan) .....	123

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penjualan Domestik Sepeda Motor.....	2
Gambar 2.1 Tahapan Pengambilan Keputusan .....	54
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	58
Gambar 4.1 Sepeda Motor <i>Matic</i> Honda.....	85
Gambar 4.2 Sepeda Motor Honda .....	86
Gambar 4.3 Struktur Organisasi PT. Astra Honda Motor .....	88
Gambar 4.4 Jenis Kelamin.....	89
Gambar 4.5 Usia.....	90
Gambar 4.6 Gaji/Pendapatan .....	91
Gambar 4.7 Hasil Uji Normalitas <i>Plot</i> .....	114
Gambar 4.8 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	115
Gambar 4.9 Grafik Histogram Regresi Linier Berganda.....	123