

**PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA SCOOPY DI
DEALER WAHANA KECAMATAN CISOKA KABUPATEN
TANGERANG**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana

Strata satu (S1)

Disusun Oleh:

Nama : **ATI JANUARI YANTI**

NIM : 1816120042

Program studi : Manajemen

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
PUTRA PERDANA INDONESIA
TANGERANG**

2022

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **ATI JANUARI YANTI**

NIM : 1816120042

Program Studi : Manajemen

Jurusa : Ekonomi

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Scoopy di *Dealer* Wahana Kecamatan Cisoka 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 merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan 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, 04 Juli 2022

10000

Ati januari yanti

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : **ATI JANUARI YANTI**
NIM : **1816120042**
Program Studi : **MANAJEMEN STRATA SATU (S1)**
Jenjang : **STRATA SATU (S1)**
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan
Pembelian Motor Honda Scoopy di *Dealer* Wahana
Cisoka Kabupaten Tangerang.

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

Tangerang, 04 Juli 2022

Disetujui Oleh:

Ketua Program Studi

Dosen Pembimbing

Drs. Satrias Djamaran, S.E., M.M.

Popong Suryani, M.M

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **ATI JANUARI YANTI**

NIM : **1816120042**

Program Studi : **MANAJEMEN**

Jenjang : **STRATA SATU (S1)**

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan
Pembelian Motor Honda Scoopy di *Dealer* Wahana
Kecamatan Cisoka Kabupaten Tangerang

Telah diujikan dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji Skripsi dan guna melengkapi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia.

Pembimbing

Popong Suryani, M.M.

Tim Penguji :

Ketua : DR. Dede Nuary Sukmayuda, M.M.

Anggota : 1. Ischak L. Tobing, M.Si.

2. Popong Suryani, M.M.

Disahkan pada tanggal 04 Juli 2022

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi PPI

Ketua,

Dr. H. Juanda, S.E., S.H., M.M

ABSTRAK

ATI JANUARIYANTI, 1816120042

PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA SCOOPY DI DEALER WAHANA CISOKA KABUPATEN TANGERANG.

Skripsi . Progran Studi Manajemen. 2022

Kata kunci : Promosi, Harga dan Keputusan Pembelian

(xiii + 128 + lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kemampuan Promosi dan Harga terhadap Keputusan pembelian motor Honda scoopy di dealer wahana cisoka. Sampel yang digunakan penulis dalam penelitian ini sebanyak 100 responden, Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Pada penelitian ini analisis data menggunakan bantuan SPSS versi 23. Adapun teknik pengujian data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis korelasi parsial, koefisien determinasi, uji regresi linier berganda, dan uji hipotesis (Uji t dan F).

Dari hasil uji t parsial untuk variabel Promosi (X_1) diperoleh $t_{hitung} = 2.482 > 1,984 t_{tabel}$. Maka $H_0 =$ Ditolak dan $H_a =$ Diterima. Jadi terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian. Presentase pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian sebesar 23,2%. serta hasil uji t parsial untuk variabel harga (X_2) diperoleh $t_{hitung} = 7.240 > t_{tabel} = 1,677$. Maka $H_0 =$ Ditolak dan $H_a =$ Diterima. Jadi terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Presentase pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sebesar 67,6%. Untuk hasil uji F untuk variabel promosi (X_1) dan harga (X_2) diperoleh $F_{hitung} = 172.056 > F_{tabel}(97)$ sebesar 3.09. Maka $H_0 =$ Ditolak dan $H_a =$ Diterima.

Jadi terdapat pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan pembelian motor Honda scoopy di dealer wahana cisoka. Presentase pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan pembelian motor Honda scoopy di dealer wahana cisoka sebesar 77,6 % sedangkan sisanya 22,4% dipengaruhi oleh faktor lain.

ABSTRACT

ATI JANUARIYANTI, 1816120042

THE EFFECT OF PROMOTION AND PRICE ON THE DECISION TO PURCHASE HONDA SCOOPY MOTORCYCLES AT WAHANA CISOKA KEBUPATEN TANGERANG DEALERS.

Thesis. Progran Management Studies. 2022

Keywords: Promotion, Pricing and Purchasing Decisions

(xiii+ 128 + attachments)

This research aims to analyze and find out the effect of Promotion and Price capabilities on the decision to purchase a scoopy Honda motorcycle at a cisoka vehicle dealer. The sample used by the authors in this study as many as 100 respondents, The technique used in sampling in this study is purposive sampling In this study data analysis using the help of SPSS version 23. The data testing techniques conducted in this study are validity test, reliability test, normality test, partial correlation analysis, determination coefficient, multiple linear regression test, and hypothesis test (t and F test).

1,984 ttabel. Then H_0 = Rejected and H_a = Accepted. So there is a promotional influence on purchasing decisions. The percentage of promotional influence on purchasing decisions is 23.2%. as well as the results of the partial t test for variable price (X_2) obtained $t_{hitung} = 7,240 > t_{tabel} = 1,677$. Then H_0 = Rejected and H_a = Accepted. So there is a price influence on the purchase decision. The percentage of price influence on purchasing decisions is 67.6%. For F test results for promotional variables (X_1) and prices (X_2) obtained $F_{hitung} = 172,056 > F_{tabel} (97)$ of 3.09. Then H_0 = Rejected and H_a = Accepted.

So there is an effect of Promotion and Price on the decision to purchase a scoopy Honda motorcycle at a cisoka vehicle dealer. The percentage of the influence of Promotion and Price on the decision to purchase a scoopy Honda motorcycle at a cisoka vehicle dealer amounted to 77.6% while the remaining 22.4% was influenced by other factors.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji serta syukur, penulisan panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala petunjuk, bimbingan dan kemudahan yang diberikan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu sebagaimana yang di hadapkan. Adapun judul skripsi ini adalah :
PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA SCOOPY DI *DEALER* WAHANA KECAMATAN CISOKA KABUPATEN TANGERANG.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan mampu di selesaikan 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 bantuanya,terutama kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Juanda, S.E., S.H., M.M. Selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putera Perdana Indonesia (STIE PPI) Tangerang,
2. Bapak Satrias Djamaran, Drs., S.E.,M.M Selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE PPI Tangerang.
3. Ibu Popong Suryani S.E., M.M Selaku Pembimbing dalam penulisan skripsi ini yang telah banyak memberikan petunjuk-petunjuk dalam penulisan skripsi ini.
4. Pimpinan *Dealer* wahana cisoka yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian dan bantuan untuk memberikan data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.

5. Segenap Dosen STIE PPI yang telah memberikan pembekalan selama mengikuti perkuliahan di STIE PPI.
6. Seluruh staff STIE PPI yang telah memberikan pelayanan dalam menunjang proses pembelajaran di STIE PPI.
7. Ibunda Mulyati, yang selalu memberikan doa dan dukungannya baik lahir maupun batin.
8. Aris Alviandi, selaku orang spesial yang menemani setiap proses skripsi ini direncanakan sampai selesai.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak terdapat kekurangan, baik dalam menyampaikan materi, tata bahasa, maupun penulisan, mengingat keterbatasan kemampuan dan penyempurnaan dan perbaikan dimasa yang akan datang.

Harapan penulis skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Tangerang , 04 Juli 2022

ATI JANUARI YANTI

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PERNYATAAN	ii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PENELITIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	7
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	9

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kajian Literatur (Variabel Promosi)	11
B. Kajian Literatur (Harga)	18
C. Kajian Literatur (Keputusan Pembelian)	27
D. Kerangka Pemikiran	41
E. Hipotesis	42
F. Penelitian Terdahulu	43

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	46
B. Jenis dan Sumber Data	47
C. Metode Pengumpulan Data	48
D. Populasi dan Sampel	50
E. Variabel Penelitian	52
F. Definisi Operasional Variabel Penelitian	52

G. Teknik Analisis Data.....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Sejarah Singkat Objek Penelitian	63
B. Deskripsi Data Penelitian	66
C. Deskripsi Data Variabel	71
D. Analisis Hasil Penelitian	101
E. Pembahasan	123
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	126
B. Saran.....	127
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Award.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	43
Tabel 3.1 Skala Likert	50
Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian.....	54
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	59
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	66
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	69
Tabel 4.4 Pernyataan Promosi 1.....	71
Tabel 4.5 Pernyataan Promosi 2.....	72
Tabel 4.6 Pernyataan Promosi 3.....	73
Tabel 4.7 Pernyataan Promosi 4.....	74
Tabel 4.8 Pernyataan Promosi 5.....	75
Tabel 4.9 Pernyataan Promosi 6.....	76
Tabel 4.10 Pernyataan Harga 1	77
Tabel 4.11 Pernyataan Harga 2	78
Tabel 4.12 Pernyataan Harga 3	79
Tabel 4.13 Pernyataan Harga 4.....	80
Tabel 4.14 Pernyataan Harga 5.....	81
Tabel 4.15 Pernyataan Harga 6.....	82
Tabel 4.16 Pernyataan Harga 7	83
Tabel 4.17 Pernyataan Harga 8.....	84
Tabel 4.18 Pernyataan Harga 9	85
Tabel 4.19 Pernyataan Harga 10.....	86
Tabel 4.20 Pernyataan Harga 11.....	87
Tabel 4.21 Pernyataan Harga 12	88
Tabel 4.22 Pernyataan Harga 13.....	89
Tabel 4.23 Keputusan Pembelian 1	90
Tabel 4.24 Keputusan Pembelian 2	91

Tabel 4.25 Keputusan Pembelian 3	92
Tabel 4.26 Keputusan Pembelian 4	93
Tabel 4.27 Keputusan Pembelian 5	94
Tabel 4.28 Keputusan Pembelian 6	95
Tabel 4.29 Keputusan Pembelian 7	96
Tabel 4.30 Keputusan Pembelian 8	97
Tabel 4.31 Keputusan Pembelian 9	98
Tabel 4.32 Keputusan Pembelian 10	99
Tabel 4.33 Keputusan Pembelian 11	100
Tabel 4.34 Keputusan Pembelian 12	101
Tabel 4.35 Validitas Promosi(X1).....	102
Tabel 4.36 Validitas Harga (X2)	104
Tabel 4.37 Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	106
Tabel 4.38 Reliabilitas Promosi (X1)	108
Tabel 4.39 Reliabilitas Harga (X2)	108
Tabel 4.40 Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	109
Tabel 4.41 One Sample KS	112
Tabel 4.42 Uji Koefisien Korelasi	114
Tabel 4.43 Uji Koefisien Determinasi (R ²	116
Tabel 4.44 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	117
Tabel 4.45 Uji Hipotesis t	119
Tabel 4.46 Uji Hipotesis F	122

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	41
Gambar 4.1 Stuktur Organisasi	63
Gambar 4.2 Produk.....	65
Gambar 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan pekerjaan	67
Gambar 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	68
Gambar 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	70
Gambar 4.6 Histogram Uji Normalitas	110
Gambar 4.7 Uji Normalitas P-Plot.....	111