

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,  
HARGA, PROMOSI DAN LAYANAN PURNA  
JUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SEPEDA MOTOR YAMAHA  
(Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :  
**DAVID JAYADI**  
NIM. C2A007033

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2012**

## **ABSTRACT**

*Along with the changing times and growing competition motorcycle industry in Indonesia, so the auto companies, especially in the field of motorcycle should be able to determine the appropriate marketing strategy for their business can survive and win the competition. To expand market share, then the company should be able to know what is required or expected by consumers. Many factors into consideration before purchasing a product consumers. It can be influenced by factors that are less effective promotions, prices are more expensive than competitors' price offered, quality products that are still many shortcomings and lack of after sales service to give satisfaction to the customer becomes an important factor to be considered by the company.*

*The purpose of this study was to determine the effect of product quality, price, promotion and after-sales service to the buying decision. This study is a descriptive type of research, ie research that describes the objects that relate to decisions of a general nature. The population in this study were all students at the University of Diponegoro who bought a Yamaha motorcycle. The sample in this study were 100 students at the University of Diponegoro who bought a Yamaha motorcycle was taken by accidental sampling. Data collection is done by using a questionnaire.*

*The results prove that the three independent variables namely product quality, price, and after-sales service has a positive and significant effect on the dependent variable, namely Yamaha motorcycle purchase decision. While the promotion of the independent variable has no significant effect for the respondent in determining the decision to buy a Yamaha motorcycle. The results of multiple regression test showed That all independent variables (product quality, price, promotion, and after-sales service) a positive influence on purchase decisions. The greatest positive influence on purchase decisions Yamaha motorcycle on Diponegoro University students are on a variable-sales service with a coefficient of 0.303, followed by variable rates with a coefficient of 0.253, then the variable quality of the product with a coefficient of 0.187, while the most influential variables are low and do not signify that promotion of the value of the variable coefficient of 0.037.*

*Key words: decision of purchase, product quality, price, promotion, sales service.*

## ABSTRAKSI

Seiring dengan perkembangan jaman dan semakin meningkatnya persaingan industri sepeda motor di Indonesia, sehingga perusahaan otomotif terutama dibidang sepeda motor harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangi persaingan. Untuk memperluas pangsa pasar, maka perusahaan harus mampu mengetahui apa yang dibutuhkan atau diharapkan oleh konsumennya. Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Hal ini dapat dipengaruhi oleh faktor promosi yang kurang efektif, harga yang lebih mahal dibandingkan harga yang ditawarkan pesaing, kualitas produk yang masih banyak kekurangan dan juga layanan purna jual yang kurang memberikan kepuasan kepada pelanggan menjadi faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini merupakan penelitian yang berjenis deskriptif, yaitu penelitian yang menggambarkan obyek-obyek yang berhubungan untuk pengambilan keputusan yang bersifat umum. Populasi dalam penelitian ini adalah semua mahasiswa Universitas Diponegoro yang membeli sepeda motor Yamaha. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 mahasiswa Universitas Diponegoro yang membeli sepeda motor Yamaha yang diambil secara *accidental sampling*. Pengumpulan datanya dilakukan dengan menggunakan kuesioner.

Hasil penelitian membuktikan bahwa tiga variabel independen yaitu kualitas produk, harga, dan layanan purna jual mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian sepeda motor Yamaha. Sedangkan satu variabel independen yaitu promosi tidak memiliki pengaruh yang signifikan bagi responden dalam menentukan keputusan membeli sepeda motor Yamaha. Hasil pengujian regresi berganda menunjukkan bahwa semua variabel independen (kualitas produk, harga, promosi, dan layanan purna jual) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Pengaruh positif terbesar terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha pada mahasiswa Universitas Diponegoro adalah pada variabel layanan purna jual dengan koefisien 0,303, kemudian diikuti oleh variabel harga dengan koefisien 0,253, selanjutnya variabel kualitas produk dengan koefisien 0,187, sedangkan variabel yang berpengaruh paling rendah dan tidak signifikan yaitu variabel promosi dengan nilai koefisien sebesar 0,037.

Kata kunci : keputusan pembelian, kualitas produk, harga, promosi, layanan purna jual.

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESEHAN KELULUSAN UJIAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Kegunaan Penelitian .....	14
1.5 Sistematika Penulisan .....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	16
2.1 Landasan Teori .....	16
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	16
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	17
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	18
2.1.4 Kualitas Produk.....	21
2.1.5 Harga .....	24
2.1.6 Promosi .....	27
2.1.7 Layanan Purna Jual.....	30
2.2 Penelitian Terdahulu .....	31
2.3 Hubungan Antara Variabel .....	34
2.3.1 Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian.....	34
2.3.2 Harga dan Keputusan Pembelian .....	35
2.3.3 Promosi dan Keputusan Pembelian .....	38
2.3.4 Layanan Purna Jual.....	39
2.4 Kerangka Berpikir.....	40
2.5 Hipotesis .....	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	43
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	43
3.1.1 Variabel Penelitian.....	43

3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	44
3.1.3	Skala Pengukuran.....	47
3.2	Populasi dan Sampel.....	47
3.2.1	Ukuran Populasi.....	47
3.2.2	Sampel.....	48
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel .....	49
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	49
3.3.1	Data Primer .....	49
3.3.2	Data Skunder.....	50
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	50
3.4.1	Kuesioner .....	50
3.4.2	Wawancara.....	51
3.4.3	Studi Pustaka .....	51
3.5	Metode Analisis Data.....	52
3.5.1	Analisis Data Kualitatif.....	52
3.5.2	Analisis Data Kuantitatif.....	52
3.5.2.1	Uji Validitas.....	53
3.5.2.2	Uji Reliabilitas.....	53
3.5.2.3	Analisis Regresi.....	54
3.5.2.4	Uji Asumsi Klasik .....	56
3.5.2.5	Uji Multikolinearitas .....	56
3.5.2.6	Uji Heteroskedastisitas .....	56
3.5.2.7	Uji Normalitas .....	57
3.5.3	Uji Hipotesis .....	58
3.5.3.1	Uji t.....	58
3.5.3.2	Koefisien Determinasi.....	60
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>61</b>
4.1	Gambaran Umum .....	61
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	61
4.1.2	Gambaran Umum Responden .....	64
4.1.2.1	Gambaran Umum Responden Menurut Jenis Kelamin .....	64
4.1.2.2	Gambaran Umum Responden Menurut Umur .....	65
4.1.2.3	Gambaran Umum Responden Menurut Tipe Motor .....	67
4.1.2.4	Gambaran Umum Responden Menurut Tahun Pembelian .....	68
4.2	Deskripsi Variabel.....	69
4.2.1	Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	69
4.2.2	Deskripsi Variabel Harga .....	71
4.2.3	Deskripsi Variabel Promosi .....	74
4.2.4	Deskripsi Layanan Purna Jual .....	77

4.2.5	Deskripsi Keputusan Pembelian.....	80
4.3	Analisis Data .....	83
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	83
4.3.1.1	Uji Validitas.....	83
4.3.1.2	Uji Reliabilitas.....	85
4.3.2.	Uji Asumsi Klasik .....	86
4.3.2.1	Uji Multikolonieritas .....	86
4.3.2.2	Uji Heteroskedastisitas .....	87
4.3.2.3	Uji Normalitas .....	88
4.3.3	Uji Hipotesis.....	90
4.3.3.1	Uji t.....	90
4.3.3.1.1	Variabel Kualitas Produk .....	91
4.3.3.1.2	Variabel Harga .....	92
4.3.3.1.3	Variabel Promosi.....	93
4.3.3.1.4	Variabel Layanan Purna Jual .....	93
4.3.4	Analisis Regresi Linier Berganda .....	94
4.3.5	Koefisien Determinasi.....	95
4.4	Pembahasan .....	96
4.4.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian ....	97
4.4.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	98
4.4.3	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	99
4.4.4	Pengaruh Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian	99
BAB V	PENUTUP.....	101
5.1	Simpulan.....	101
5.2	Keterbatasan .....	102
5.3	Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA	.....	105
LAMPIRAN	.....	109

## DAFTAR PUSTAKA

- Agusty Tae Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi II. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ardani, Tristiadi. A. 2007. *Psikologi Klinis*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Asih Purwanto. 2008. *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha Mio*. Surakarta : Universitas Muhammadiyah.
- Astuti, Sri Wahjuni dan Cahyadi, I Gde. 2007. *Pengaruh Elemen Ekuitas Merek terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3*. *Majalah Ekonomi*, Tahun XVII, No. 2 Agustus 2007.
- Atep Adya Barata. 2003. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Cetakan Kedua. Jakarta: PT. Gramedia.
- Atep Adya Barata. 2003. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Cetakan Pertama. Jakarta: PT. Gramedia.
- Atep Adya Barata. 2004. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Cetakan Kedua. Jakarta: PT. Gramedia
- Atep Adya Barata. 2004. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Cetakan Pertama. Jakarta: PT. Gramedia.
- Azhar Susanto. 2004. *Sistem Informasi Akuntansi konsep dan pengembangan berbasis komputer*. Bandung: Lingga Jaya.
- Azwar, Saifuddin. 2000. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta : Pustaka Belajar

- Basu Swastha dan Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- Basu Swastha. 2005. *Asas-Asas Marketing*. Yogyakarta : Liberty.
- Basu Swastha. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Liberty.
- Basu Swastha dan Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi kedua, Yogyakarta: Liberty.
- Dharmesta dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua, Yogyakarta : Liberty
- Engel, F. James, Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard. 2004. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Binarupa Aksara.
- Fandy Tjiptono. 2000. *Manajemen Jasa*. Edisi Kedua. Yogyakarta : Andi.
- Fandy Tjiptono. 2000. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Griffin, Jill. 2002. *Loyalitas Pelanggan*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Hair Lamb, Mc Daniel. 2001. *Pemasaran, Salemba Empat*. Jakarta.
- Hendri Ma'ruf. 2005. *Pemasaran ritel*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Husein, Umar. 2000. *Metodologi Penelitian*. Aplikasi dalam Pemasaran, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ika Putri Iswayanti. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian*. Universitas Diponegoro.
- Imam Ghozali. 2001. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.



- Imam Ghozali. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium, Jilid 2. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium. Jakarta : PT. Prenhallindo.
- Levitt T. 2000. *Imajinasi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Mursid. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Jakarta : Bumi Aksara Jakarta Bekerja Sama Dengan Pusat Antar Universitas Studi Ekonomi UI.
- Nabhan Faris dan Kresnaini Enlik. 2005. *Faktor–Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Konsumen dalam Melakukan Pembelian pada Rumah Makan di Kota Batu*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen. Fakultas Ekonomi Gajayana.
- Nur Indriantoro, Bambang Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Gajahmada.
- Ritawati Tedjakusuma, Sri Hartini, dan Muryani. 2001. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Air Minum Mineral di Kotamadya Surabaya*. Jurnal Penelitian Dinamika Sosial.

- Ristiawan Nurhasan. 2009. *Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Duri lunak Juwana*. Universitas Diponegoro
- Rosiana Dewi. 2010. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Honda Jazz*. Universitas Diponegoro.
- Shimp Terence A. 2003. *Periklanan Promosi*. Edisi V, Jilid 1&2. Jakarta : Erlangga.
- Singgih Santoso. 2001. *SPSS Statistik Parametrik*. Cetakan Kedua. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Soeprapto, J. 2003. *Metode Riset Aplikasinya dalam Pemasaran*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Stanton, William J. 2002. *Fundamental of Marketing*. 10<sup>th</sup> Edition. Singapore : Mc Graw Hill.
- Sugiyono. 2004. *Metode penelitian bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sutrisno Hadi. 2001. *Statistik*. Yogyakarta : Andi.
- Utami, C. Whidya, 2006. *Pengaruh Upaya Relasional dan Kualitas Layanan terhadap Outcome Relasional dan Retensi Pelanggan Ritel Skala Besar di Jakarta dan Surabaya, Disertasi*. Surabaya: Program Pascasarjana Universitas Airlangga.
- William D, Perreault Joseph P. Cannon, E. Jerome McCarthy. 2009. *Basic Marketing: A Marketing Strategy Planning Approach*. Edisi 17. New York: McGraw Hill.

[www.aisi.or.id](http://www.aisi.or.id)

[www.kompas-otomotif.com](http://www.kompas-otomotif.com)

[www.yamaha-motor.co.id](http://www.yamaha-motor.co.id)