

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN DAYA
TARIK IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA
MOTOR HONDA SCOOPY**

(Studi Pada Pengguna Sepeda Motor Honda *Scoopy* di Kota Yogyakarta)

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY PERCEPTION, PRICE, AND
ATTRACTIVENESS OF ADVERTISING ON PURCHASE DECISION OF
HONDA SCOOPY***

(Study of Honda Scoopy Motorcycle Users in the City of Yogyakarta)



Oleh :

RYAN HASRI

20140410014

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2019

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN DAYA
TARIK IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA
MOTOR HONDA SCOOPY**

(Studi Pada Pengguna Sepeda Motor Honda *Scoopy* di Kota Yogyakarta)

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY PERCEPTION, PRICE, AND
ATTRACTIVENESS OF ADVERTISING ON PURCHASE DECISION OF
HONDA SCOOPY***

(Study of Honda Scoopy Motorcycle Users in the City of Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh :

RYAN HASRI

20140410014

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2019

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN DAYA
TARIK IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA
MOTOR HONDA *SCOOPY***

(Studi Pada Pengguna Sepeda Motor Honda *Scopy* di Kota Yogyakarta)

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY PERCEPTION, PRICE, AND
ATTRACTIVENESS OF ADVERTISING ON PURCHASE DECISION OF
HONDA *SCOOPY****

(Study of Honda Scoopy Motorcycle Users in the City of Yogyakarta)



Telah disetujui Dosen Pembimbing
Pembimbing,

Hasnah Rimiati, Dra. M.Si.
NIK 19621015198904 143 006

Tanggal, 27 September 2019

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN DAYA
TARIK IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA
MOTOR HONDA SCOOPY
(Studi Pada Pengguna Sepeda Motor Honda *Scoopy* di Kota Yogyakarta)**

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY PERCEPTION, PRICE, AND
ATTRACTIVENESS OF ADVERTISING ON PURCHASE DECISION OF
HONDA SCOOPY***

(Study of Honda Scoopy Motorcycle Users in the City of Yogyakarta)

Diajukan oleh:


RYAN HASRI

20140410014

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 4 Januari 2020

Yang terdiri dari


Susanto, Dr., MS.

Ketua Tim Penguji


Ika Nurul Qamari, Dr., SE., M.Si

Anggota Tim Penguji


Hasnah Rimiati, Dra. M.Si.

Anggota Tim Penguji

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta


Retno Widowati PA., M.Si., Ph.D

NIP. 196304071991032001

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Ryan Hasri

Nomor Mahasiswa : 20140410014

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA SCOOPY (Studi Pada Pengguna Sepeda Motor Honda Scoopy di Kota Yogyakarta)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, September 2019

Materai, 6000,-

Ryan Hasri

MOTTO

“Barang siapa bertakwa kepada Allah niscaya Dia akan mengadakan baginya jalan keluar. Dan memberinya rezeki dari arah yang tiada disangka-sangkanya.

Dan barangsiapa yang bertawakkal kepada Allah niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan yang (dikehendaki)Nya. Sesungguhnya Allah telah mengadakan ketentuan bagi tiap-tiap sesuatu”.

(QS. At Thalaq : 2-3)

“Keadaan boleh membatu karang,
tetapi air harus terus menetes agar kelak melubanginya”.

(Emha Ainun Nadjib)

“Never mind the darkness you still can find a way”.

(Axl Rose)

PERSEMBAHAN

Sebagai bentuk rasa syukur dan terima kasih saya kepada semua pihak yang banyak membantu saya (secara langsung maupun tidak) menyelesaikan skripsi ini, maka saya alamatkan halaman persembahan ini secara khusus kepada :

1. Kedua orang tua saya yang sangat saya cintai, karena kasih sayang dan dukungannya yang tak terhingga serta nasehat “luar biasa”nya yang selalu membekas dan mampu membangkitkan kesadaran saya untuk selalu bisa bertanggung jawab atas keputusan yang saya ambil.
2. Kedua adik saya yang secara tidak langsung memberikan saya energi untuk secepatnya menyelesaikan kuliah saya.
3. Semua orang-orang yang menganggapku teman dan semua teman-temanku yang kuanggap keluarga di kota perantauan, terima kasih yang sebesar-besarnya untuk semua hal baik yang pernah kalian berikan, semoga saya diberikan kesempatan untuk membalas semua kebaikan kalian.
4. Semua pihak yang banyak memberikan saya pelajaran dan pengalaman hidup yang sangat berharga dan berguna untuk kelanjutan hidup saya..
5. Untuk kalian yang selalu bertanya “Kapan lulus?” Terlambat lulus atau lulus tidak tepat waktu bukanlah sebuah kejahatan. Alangkah sempitnya isi kepalamu jika mengukur kecerdasan seseorang hanya dari seberapa cepat dia menyelesaikan skripsinya. Bukankah sebaik-baiknya skripsi adalah skripsi yang selesai? Baik itu tepat waktu maupun tidak tepat waktu.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas produk, persepsi harga, dan daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy pada masyarakat Kota Yogyakarta. Dalam penelitian ini sampel yang diperoleh sebanyak 114 responden yang dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda dan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji t, uji F, serta koefisien determinasi, dengan menggunakan aplikasi SPSS 21.0

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh bahwa : (1) persepsi kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Honda Scoopy. (2) persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Honda Scoopy. (3) daya tarik iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Honda Scoopy.

Kata Kunci : Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Daya Tarik Iklan

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of perceptions of product quality, price perceptions, and attractiveness of advertisements on purchasing decisions of Honda Scoopy motorbikes in the people of Yogyakarta City. In this study the samples obtained were 114 respondents selected using the purposive sampling method with data collection techniques using a questionnaire. The analytical tool used is Multiple Linear Regression Analysis and using the validity test, reliability test, t test, F test, and the coefficient of determination, using the SPSS 21.0 application.

Based on the analysis, it has been found that: (1) perception of product quality has a positive and significant effect on the purchase decision of Honda Scoopy. (2) price perception has a positive and significant influence on Honda Scoopy purchasing decisions. (3) the attractiveness of advertising has a positive and significant effect on the purchase decision of Honda Scoopy.

Key Words : *Product Quality Perception, Price Perception, and Advertising Attractiveness.*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat serta karunia-Nya, Penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Harga, dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda *Scoopy*”.

Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu persyaratan ujian guna memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dalam penggunaan taktik mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian dan memberi ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya. Dalam penulisan skripsi ini, penulis selalu mendapatkan bimbingan, dorongan, serta semangat dari banyak pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. Bapak Rizal Yaya, Ph.D., M.Sc., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan, dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Retno Widowati, SE., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah banyak memberikan dukungan dalam proses menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
3. Ibu Hasnah Rimiati. Dra. M.Si yang telah memberi banyak masukan, dukungan, serta bimbingan selama proses penyelesaian tugas akhir skripsi.

4. Orangtua dan saudara-saudara yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan, dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi yang ditulis ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan umumnya bagi pembaca.

Yogyakarta, September 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori.....	9
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	25
C. Hipotesis.....	27
D. Model Penelitian	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
A. Objek dan Subjek Penelitian	30
B. Jenis Data	30
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	30
D. Teknik Pengumpulan data.....	31
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	32
F. Uji Kualitas Instrumen	33

G. Analisis Data dan Uji Hipotesis	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
A. Karakteristik Responden	37
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data	38
C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)	41
D. Pembahasan	44
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN	50
A. Simpulan	50
B. Keterbatasan Penelitian	50
C. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	52

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Daftar Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	32
Tabel 4.1 Usia Pengguna Sepeda Motor Honda Scoopy di Kota Yogyakarta	37
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Pengguna Sepeda Motor Honda Scoopy di Kota Yogyakarta.....	38
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas dari Item – Item Variabel Penelitian.....	39
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat penjualan Honda Scoopy	3
Gambar 2.1 Model Penelitian	30