

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK,
PROMOSI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN HONDA VARIO**

***THE INFLUENCE OF PERCIEVE PRODUCT QUALITY, PRODUCT
DESIGN, PROMOTION AND PRICE PERCEPTION TOWARD THE
PURCHASE DECISIONS OF HONDA VARIO***

SKRIPSI

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



Oleh :

Izra Indora Maulana Widodo

20130410450

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2017

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Izra Indora Maulana Widodo

NIM : 20130410450

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : **“PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK, PROMOSI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA VARIO”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat tertulis 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 untuk dibatalkan.

Yogyakarta, 20 Juli 2017

Izra Indora Maulana Widodo

MOTTO

***Banyak orang-orang sukses lahir dari situasi yang sulit, penuh tekanan dan keterbatasan
(IBU)***

***Sesungguhnya dibalik kesulitan terdapat kemudahan
(Q.S Al-Insyirah : 5)***

***Khawatir besok tidak bisa makan, itu sudah menghina Tuhan
(Sudjiwo Tedjo)***

***Holopis Kuntul Baris
(Paribasan Jawa)***

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada...

Ayah dan Ibu tercinta, Bapak W. Widodo dan Ibu G. Indrijani. Terimakasih atas segala doa, air mata, keringat, dan letih yang telah dicurahkan untuk membesarkan anakmu tercinta ini. Semoga selalu senantiasa diberi kesehatan supaya bisa menikmati kesuksesanku di masa depan.

Adik-adikku, Nesya, Dini dan Dito yang menjadi penyemangat dalam setiap usaha untuk meraih kesuksesan dan menjadi motivasi untuk selalu berusaha menjadi kakak yang baik dan bisa menjadi kebanggaan untuk kalian.

Segenap keluarga besar yang telah memberikan andil dalam setiap langkah perjuangan yang Aku lakukan. Terimakasih atas dukungan doa, semangat, dan materil yang telah diberikan selama ini dalam meraih segala impian dan cita-cita.

My dearest motorbike, Honda CG 110 1979. Telah menemaniku dalam setiap detik perjuangan dan menjadi teman sejak kecil hingga saat ini, serta menjadi salah satu bagian dari penyemangat dalam kehidupan sehari-hari.

Teman-teman Kos Naryo yang menjadi teman pertama kali saat berada di Jogja dan menjadi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Teman-teman kelas K Manajemen 2013 yang telah menjadi bagian dari kehidupan bermahasiswa sekaligus menjadi keluarga di kampus UMY.

Teman-teman Sifahfams Riyzal, Desta, Titis, Ragata, Oqy, Riko, Toyib, Gusti, Nova, Jengkol, Sam, Gondrong, Ahlun, Agung, Imam, Yoga, Cipki, Tatak yang telah menjadi keluarga dalam kehidupan sehari-hari selama menjadi mahasiswa dan selalu membantu memberikan semangat, dukungan dan bantuan dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Dan juga untuk saudara, keluarga dan semua teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu-persatu disini. Terima kasih atas segala motivasi, semangat dan bantuan yang diberikan padaku selama ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II	12
A. Landasan Teori	12
1. Keputusan Pembelian.....	12
2. Persepsi Kualitas Produk	23
3. Desain Produk.....	25
4. Promosi	27
5. Persepsi Harga	30
B. Penelitian Terdahulu	35
C. Hipotesis	36
D. Model Penelitian.....	39

BAB III	40
A. Objek dan Subjek Penelitian.....	40
B. Jenis Data.....	40
C. Teknik Pengambilan Sampel	40
D. Teknik Pengumpulan Data	41
E. Definisi Operasional Variabel	43
F. Uji Kualitas Instrumen.....	45
1. Uji Validitas	45
2. Uji Reliabilitas	46
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	47
1. Analisis Data.....	47
2. Uji F	48
3. Uji Parsial (Uji t).....	48
4. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	49
BAB IV	50
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
B. Subyek Penelitian	51
1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Fakultas	53
3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Tipe Honda Vario yang Digunakan	54
4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Tahun Pembuatan.....	55
C. Uji Kualitas Instrumen.....	57
1. Uji Validitas	57
2. Uji Reliabilitas	60
D. Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	61
1. Analisis Regresi Linier Berganda	61
2. Hasil Uji F.....	64
3. Hasil Uji Parsial (Uji t)	65
4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	68
E. Pembahasan	69
BAB V	74

A. Simpulan.....	74
B. Saran.....	74
C. Keterbatasan Penelitian	77
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	44
Tabel 4.1 Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Fakultas	53
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tipe Honda Vario yang Digunakan	54
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tahun Pembuatan.....	56
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	58
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	62
Tabel 4.8 Uji Stasistik F.....	65
Tabel 4.9 Hasil Uji Hipotesis t (Uji t).....	66
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Lima Tahap Keputusan Pembelian.....	13
Gambar 2.2 Model Pengambilan Keputusan Pembelian.....	16
Gambar 2.3 Model Penelitian	39