



**PENGARUH STRATEGI PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR BEKAS DI  
KABUPATEN JEMBER**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

Disusun Oleh:

**Mochamad Solikhin Dwi Septiawan**

21801081300



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

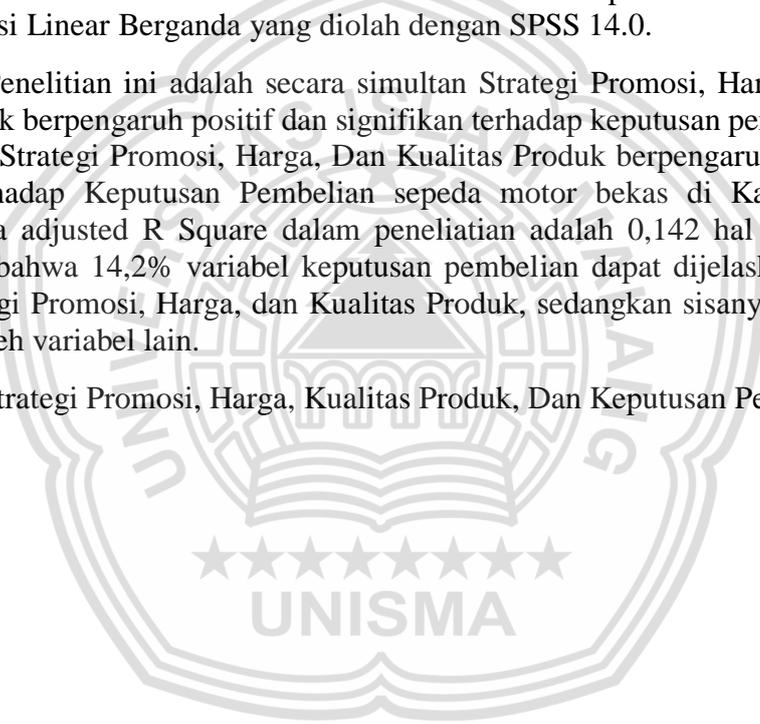
**2022**

## ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh Strategi Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Bekas Di Kabupaten Jember. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuisioner yang disebarakan secara langsung di Kabupaten Jember dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Strategi Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian. Adapun tahapan-tahapan pengujiannya adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji analisis regresi linear berganda, uji F, uji t, dan uji koefisien determinasi  $R^2$ . Metode analisis dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linear Berganda yang diolah dengan SPSS 14.0.

Hasil Penelitian ini adalah secara simultan Strategi Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial Strategi Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor bekas di Kabupaten Jember. Angka adjusted R Square dalam penelitian adalah 0,142 hal tersebut menunjukkan bahwa 14,2% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Strategi Promosi, Harga, dan Kualitas Produk, sedangkan sisanya 85,8% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Harga, Kualitas Produk, Dan Keputusan Pembelian

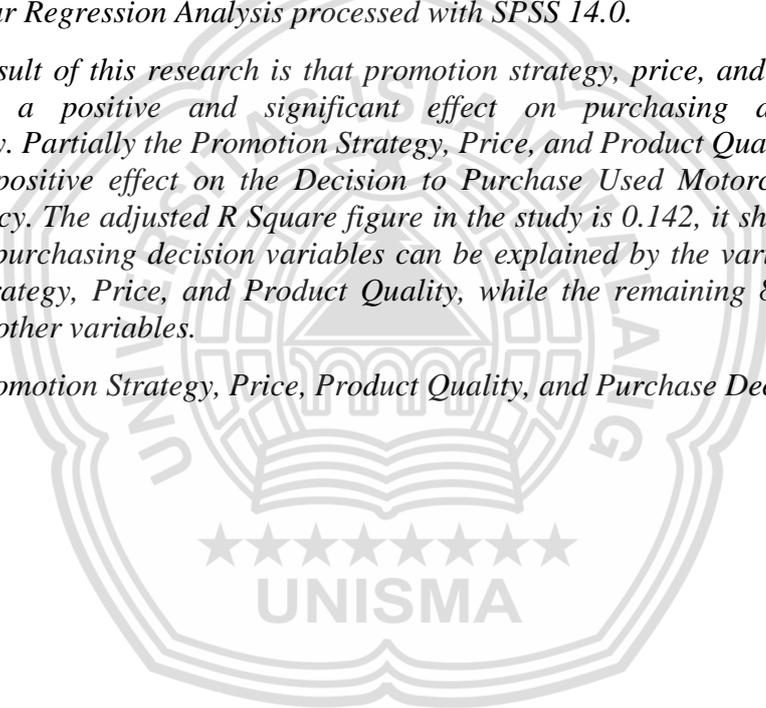


## ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of Promotion Strategy, Price, and Product Quality on Decisions to Purchase Used Motorcycles in Jember Regency. The data collection method used in this study used questionnaires that were distributed directly in Jember Regency with a total sample of 100 respondents. The independent variables in this study are Promotion Strategy, Price, and Product Quality, while the dependent variable in this study is Purchase Decision. The testing stages are validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis test, F test, t test, and test the coefficient of determination R<sup>2</sup>. The method of analysis in this study is Multiple Linear Regression Analysis processed with SPSS 14.0.*

*The result of this research is that promotion strategy, price, and product quality have a positive and significant effect on purchasing decisions simultaneously. Partially the Promotion Strategy, Price, and Product Quality have a significant positive effect on the Decision to Purchase Used Motorcycles in Jember Regency. The adjusted R Square figure in the study is 0.142, it shows that 14.2% of the purchasing decision variables can be explained by the variables of Promotion Strategy, Price, and Product Quality, while the remaining 85.8% is influenced by other variables.*

*Keywords: Promotion Strategy, Price, Product Quality, and Purchase Decision*



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan produk sepeda motor telah menjadi salah satu barang yang diminati dalam hal transportasi di masyarakat Indonesia. Masyarakat Indonesia berfikir bahwa kendaraan bermotor khususnya roda dua sangat penting di kehidupan sehari-hari, tidak hanya dimiliki oleh kalangan menengah keatas saja, tetapi kalangan menengah kebawah juga sudah banyak yang memiliki kendaraan roda dua ini sebagai kendaraan pribadi yang sering digunakan sehari-hari. Alasan kenapa kendaraan roda dua ini diminati masyarakat karena dapat menempuh perjalanan jauh serta dapat mendukung kegiatan sehari-hari, kendaraan Roda dua juga menjadi solusi kemacetan di tengah Kota.

Semakin berkembangnya zaman maka akan semakin banyak sepeda motor yang beredar di masyarakat, serta semakin canggih juga sepeda motor yang tersedia, pada kurun waktu beberapa tahun, bahkan beberapa bulan. Perkembangan dunia transportasi yang semakin pesat menciptakan inovasi-inovasi baru sehingga mampu memikat para pecinta roda dua.

Beberapa merek yang diminati di kalangan muda sekarang adalah merek Honda, Yamaha dan ada beberapa merek lain. Beberapa merek sepeda motor berlomba-lomba mengunggulkan *brandnya*, saat ini banyak perusahaan perusahaan besar yang berlomba-lomba untuk meningkatkan kecanggihan dari sepeda motor tersebut seperti menambahkan fungsi *charger*, *alarm*, dan kunci

*Bluetooth* pada sepeda motor tersebut, selain menambahkan fungsi-fungsi tertentu perusahaan-perusahaan besar juga berlomba-lomba dalam membuat desain *body* sepeda motor yang paling menarik seperti *body* motor *sport*, *matic*, ataupun motor gede untuk memikat hati konsumen.

Bahkan Pada zaman sekarang penggemar sepeda motor tua seperti Astrea dan Supra masih banyak dikalangan masyarakat Indonesia, mereka membeli sepeda motor bekas lalu mereparasi mesin dan penampilan sepeda motor tersebut sehingga terlihat seperti baru dan modis, jenis sepeda motor tua tersebut sering terlihat berjajar terparkir rapih di sepanjang jalan di kota maupun di desa pada saat hari sabtu atau minggu, tidak hanya sepeda motor tua, sepeda motor yang pernah berjaya pada tahun sebelumnya juga sering digunakan untuk ajang balapan dan pamer *body* keren sepeda motor.

Harga jual sebuah motor bekas sangat beragam tergantung dari surat surat motor, tahun rakit, dan kondisi sepeda motor bekas tersebut. harga jual sepeda motor bekas khususnya Daerah Jember bisa mulai 3 juta sampai dengan puluhan juta rupiah. Dikarenakan harganya yang murah dan kualitas yang masih bagus, banyak masyarakat yang lebih memilih sepeda motor bekas dari pada sepeda motor baru, sepeda motor bekas lebih diminati oleh masyarakat menengah kebawah karena harganya yang murah, karena itulah banyak *dealer-dealer* sepeda motor bekas yang bermunculan baik itu *dealer* besar ataupun Kecil yang menjajakan sepeda motor bekas, mereka mencari sepeda motor bekas yang dijual langsung oleh pemilik sepeda motor tersebut dengan harga murah dan mereparasinya sedikit lalu menjual kembali ke konsumen.

Keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian, dimana konsumen benar benar membeli produk, keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang berhubungan secara langsung dengan pembelian suatu barang yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Semakin tinggi tingkat pembelian konsumen maka akan mempengaruhi volume penjualan, sehingga keuntungan yang didapat oleh perusahaan akan meningkat. Melihat kondisi pasar yang semakin ketat, maka harus ada strategi untuk memenangkan persaingan dengan menyediakan produk yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen agar produk tersebut terjual dipasaran.

Keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2016), merupakan suatu studi yang membahas tentang bagaimana individu atau kelompok melakukan suatu pembelian dan menggunakan barang atau jasa tersebut untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Keputusan konsumen adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya.

Harga juga mempengaruhi keputusan pembelian, menurut Alma (2011), harga adalah suatu moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa sehingga menimbulkan kepuasan konsumen. Harga menjadi penentu bagi pembeli sebelum melakukan keputusan pembelian, karena konsumen akan memutuskan apakah harga yang diberikan telah sesuai dengan barang yang ditawarkan atau belum. Dalam memutuskan penetapan

harga, haruslah berorientasi pada pembeli dan harga di pasaran. Jika konsumen beranggapan bahwa harga barang atau jasa lebih mahal dari pada nilai suatu produk atau jasa maka konsumen tidak akan membeli produk atau jasa tersebut.

Strategi promosi dalam memasarkan sebuah produk akan sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Fungsi utama dari menjalankan strategi promosi bagi penjual adalah untuk meyakinkan konsumen atau target penjual bahwa barang atau jasa yang di tawarkan memiliki keunggulan yang berbeda dengan produk atau jasa yang lain. Dengan menunjukkan keunggulan produk, perusahaan dagang seperti Honda, Suzuki dan Yamaha dapat merangsang minat konsumen untuk membeli produknya. Perusahaan-perusahaan tersebut menggunakan konsep pemasaran sebagai strategi untuk menarik konsumen. Terutama bagi *dealer* sepeda motor bekas baik yang besar maupun yang individu. Mereka menunjukkan keunggulan produknya untuk menarik minat konsumen.

Kualitas produk adalah faktor penting selain keunggulan produk untuk menentukan keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas produk adalah bagaimana kualitas produk tersebut memiliki nilai yang dapat memuaskan konsumen baik secara fisik maupun secara psikologis yang menunjukkan pada atribut atau sifat-sifat yang terdapat pada suatu barang atau hasil. Dari beberapa konsumen yang melakukan transaksi pembelian, konsumen lebih memilih kualitas produk yang bagus dari pada yang tidak. Itu disebabkan kualitas produk yang bagus dapat membuat barang lebih tahan lama dan dapat memuaskan konsumen baik dari desain sampai keunggulan lainnya.

Perusahaan-perusahaan sepeda motor berlomba-lomba untuk menciptakan produk yang memiliki kualitas tinggi dan terbuat dari bahan yang berkualitas serta tahan lama untuk membuat konsumen puas.

Dari data yang diambil pada salah satu *dealer* sepeda motor bekas di Kabupaten Jember, dari penjualan Bulan September, terdapat 18 sepeda motor yang terjual. Dari penjualan tersebut terdapat beberapa macam sepeda motor bekas seperti, motor *sport*, motor *matic*, dan bahkan motor tua. Berikut adalah tabel penjualan sepeda motor bekas pada Bulan September di salah satu *dealer* sepeda motor bekas di Kabupaten Jember:

**Tabel 1.1 Penjualan Sepeda Motor Bekas**

Nama Barang	Jenis Sepeda Motor Bekas	Jumlah Terjual
Sepeda motor bekas	Sepeda motor <i>sport</i>	10
Sepeda motor bekas	Sepeda motor <i>matic</i>	5
Sepeda motor bekas	Sepeda motor tua	3
Total		18

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Pada Bulan Oktober terjadi peningkatan penjualan sepeda motor bekas di *dealer* tersebut. terdapat 22 sepeda motor bekas yang terjual pada Bulan Oktober. Dari penjualan sepeda motor bekas tersebut terdapat macam-macam jenis seperti motor *sport*, motor *matic*, dan motor tua. Berikut tabel penjualan sepeda motor bekas pada Bulan Oktober di *dealer* tersebut di Kabupate Jember.

**Tabel 1.2 Penjualan Sepeda Motor Bekas**

Nama Barang	Jenis Sepeda Motor Bekas	Jumlah Terjual
Sepeda motor bekas	Sepeda motor <i>sport</i>	13
Sepeda motor bekas	Sepeda motor <i>matic</i>	6
Sepeda motor bekas	Sepeda motor tua	3
Total		22

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Dari perbandingan data diatas yang diambil dari salah satu *dealer* sepeda motor bekas terdapat kenaikan penjualan sepeda motor bekas dari Bulan September 2021 hingga Bulan Oktober 2021 dengan total penjualan pada Bulan September sejumlah 18 sepeda motor bekas dan total penjualan pada Bulan Oktober sejumlah 22 sepeda motor bekas. Dengan Berdasarkan dari latar belakang yang telah di uraikan dan dijelaskan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : PENGARUH STRATEGI PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR BEKAS DI KABUPATEN JEMBER.

### 1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

- Bagaimana Pengaruh Strategi Promosi, Harga dan Kualitas Produk Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian?
- Bagaimana Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian?
- Bagaimana Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian?

- d. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

- a. Untuk Mengetahui Pengaruh Strategi promosi, Harga dan Kualitas Produk Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian.
- b. Untuk Mengetahui Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.
- c. Untuk Mengetahui Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.
- d. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian, maka diharapkan dari penelitian ini bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis:

#### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Peneliti berharap bahwa hasil penelitian yang telah dilakukan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya terutama yang membahas tentang pengaruh strategi promosi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Peneliti juga berhadapan penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan untuk orang lain, serta dapat membantu sedikit mengenai perilaku konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

Peneliti berhadap penelitian ini berguna sebagai bahan referensi bagi *dealer* sepeda motor bekas dalam menentukan strategi promosi, harga dan kualitas produk agar konsumen melakukan keputusan pembelian pada *dealer* sepeda motor bekas, sehingga diharapkan dapat meningkatkan penjualan.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang dicari dan diolah secara langsung oleh peneliti dengan menyebarkan kuisioner secara langsung kepada 100 responden konsumen sepeda motor bekas di Kabupaten Jember. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencairtau apakah variabel strategi promosi, harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor bekas di Kabupaten Jember. Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa:

1. Secara simultan terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel strategi promosi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor bekas di Kabupaten Jember.
2. Variabel strategi promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Variabel harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Variabel kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

## 5.2 Keterbatasan

Terdapat beberapa keterbatasan dalam melakukan penelitian ini, Adapun keterbatasan tersebut adalah:

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terbatas, yaitu variabel Strategi Promosi, variabel Harga, dan variabel Kualitas Produk sebagai variabel bebas sedangkan variabel Keputusan Pembelian sebagai variabel terikat.
2. Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuisisioner secara langsung kepada konsumen sehingga ada beberapa responden yang mengisi kuisisioner dengan asal-asalan.

## 5.3 Saran

Dari hasil pembahasan penelitian yang telah dilakukan diatas, maka saran yang dapat di berikan adalah sebagai berikut:

1. **Bagi Perusahaan**
  - a. Bagi *dealer* sepeda motor bekas baik yang besar maupun yang individu di Kabupaten Jember diharapkan dapat meningkatkan Strategi Promosi seperti mempromosikan produknya tidak hanya pada 1 tempat seperti di *WhatsApp* dan *Instagram* tetapi ditambah pada *platform e-commers* lain seperti *Momotor.id* dan lain-lain. pemilik *dealer* juga dapat bertemu langsung dengan konsumen untuk mengenalkan dan mempromosikan secara langsung produk yang lain kepada konsumen.
  - b. Bagi *dealer* sepeda motor bekas baik yang besar maupun yang individu di Kabupaten Jember diharapkan dapat menyesuaikan harga dan kualitas

sepeda motor bekas sehingga konsumen dapat menginformasikan kepada keluarga atau saudara tentang sepeda motor bekas dengan kualitas bagus dan harga yang sesuai sehingga konsumen akan kembali melakukan pembelian produk di *dealer* tersebut.

- c. Bagi *dealer* sepeda motor bekas baik yang besar maupun yang individu di Kabupaten Jember diharapkan menjual produk sepeda motor bekas dengan kualitas yang masih bagus sehingga konsumen tidak mengalami kerugian dalam membeli produk sepeda motor bekas.

## 2. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk memperdalam penelitian yang akan dilakukan mengenai Strategi Promosi, Harga dan Kualitas Produk.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, variabel dalam penelitian ini dapat ditambahkan seperti variabel *Store Atmosphere*.
- c. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan item pernyataan dan membimbing responden dalam menjawab kuisisioner sehingga didapatkan hasil yang lebih baik dan responden tidak menjawab dengan asal-asalan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Kesembilan. Bandung : Alfabeth.
- Asnawi, Nur dan Masyhuri. 2011. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang : UIN-MALIKI PRESS.
- Bayu, Krisna dan Rodhiyah. 2016. *Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Second Di Kabupaten Demak*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 53(9), 1689-1699.
- Fauzi, Mochamad Nur. 2018. *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga dan Promosi Pada Keputusan Pembelian Sepeda Motor Kawasaki Ninja 250cc Di Jember*. 68-74.
- Haryoko, Ugeng Budi. 2016. *Pengaruh Strategi Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas Merek Toyota Avanza Di Ugeng Jaya Motor*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1, 111-128.
- Hermawan, Ahmad Fambang, Retno Endah Supeni, dan Akhmad F. Rozi. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Beat Di Dealer MPM Motor Kalisat Jember*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis : Performa* 161-169.
- Hidayat, Toni. 2018. *Analisis Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Bekas Pada Dealer Sinar Mas Motor Cabang Kemalang*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 1-82.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2016. *Marketing Management*. Edisi Kelima Belas. Pearson Education Limited.
- Mowen, Jhon C. dan Michael Minor. 2012. *Perilaku Konsumen*. Dialih Bahasakan Oleh Dwi Kartika Yahya. Jakarta : Erlangga.
- Ningtyas, Irma Niken Rahayu. 2020. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Bekas. Studi Pada Mashuri Motor Pasuruan*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 6(11). 951-952.
- Nurhadi. 2016. *Lensa Kegiatan Ekonomi SMA/MA*. Jakarta : Bailmu

Saputra, Muhammad Ilham. 2020. *Pengaruh Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Bekas Di Dealer Rian Motor Palembang. Jurnal Manajemen dan Bisnis.* 1-79.

Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen.* Edisi Revisi. Jakarta : Kencana.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.* Bandung : Alfabeta.

Supranto, M.A. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar.* Cetakan Keempat. Jakarta : PT. Rineka Cipta.

Tjiptono, Fandi. 2015. *Strategi Pemasaran.* Edisi Keempat. Yogyakarta : Andi.

