

**TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN
PEMBELIAN MOTOR HONDA SCOOPY**

Studi Kasus Pada Pengguna Produk Motor Honda Scoopy di Lingkungan
STIESIA



OLEH:

YOGI ARMIN SAPUTRA

14.1.02.09286

**MANAJEMEN PEMASARAN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
SURABAYA**

2018

**ANALISIS PENGARUH HARGA, SELERA SERTA BRAND PRESTIGE
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN
PEMBELIAN MOTOR HONDA SCOOPY**

Studi Kasus Pada Pengguna Produk Motor Honda Scoopy di Lingkungan
STIESIA



Oleh:

YOGI ARMIN SAPUTRA

1410209286

**MANAJEMEN PEMASARAN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
SURABAYA**

2018

**ANALISIS PENGARUH HARGA, SELERA SERTA BRAND PRESTIGE
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN
PEMBELIAN MOTOR HONDA SCOOPY**

Study Kasus Pada Pengguna Motor Honda Scoopy di Lingkungan STIESIA

**Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Study: Manajemen
Konsentrasi: Manajemen Pemasaran**

**Oleh:
Yogi Armin Saputra
NPM: 14.1.02.09286**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
(STIESIA) SURABAYA
2018**

**ANALISIS PENGARUH HARGA, SELERA SERTA BRAND
PRESTIGE TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM
MELAKUKAN PEMBELIAN MOTOR HONDA SCOPY**

(Studi Kasus pada Pengguna Produk Motor Honda Scoopy di Lingkungan STIESIA)

Dipersiapkan dan disusun oleh :

YOGI ARMIN SAPUTRA
NPM : 14.1.02.09286

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada Tanggal 03 November 2018

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dr. Djawoto, S.E., M.M.
Anggota : 1. Dr. Nur Laily, M.Si.
2. Drs. Ec. Mashariono, M.M.

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

Oleh :

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Djawoto, S.E., M.M.



Dr. Triyonowati, M.Si.

Ketua STIESIA



Dr. Nur Fadrijh Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **YOGI ARMIN SAPUTRA**

N.P.M : 14.1.02.09286

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

ANALISIS PENGARUH HARGA, SELERA, SERTA *BRAND PRESTIGE* TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN MOTOR HONDA SCOOPY

diajukan untuk diuji pada tanggal 03 November 2018, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 03 November 2018

Yang membuat pernyataan,



YOGI ARMIN SAPUTRA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Yogi Armin Saputra
NPM : 14.1.02.09286
Program Studi : Manajemen
Tempat dan Tanggal Lahir : Mandati, 15 Desember 1996
Agama : Islam
Jumlah Saudara dan Anak ke : 2 (Dua) 2(Dua)
Alamat Rumah : Perum Wisma Mukti Blok-L.68
Satatus : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Armin
Alamat Rumah : Jl. Impres No. 48 WAKATOBI, Sulawesi Tenggara
Alamat Kantor : Jl. Impres No. 48 WAKATOBI, Sulawesi Tenggara
Pekerjaan : Wiraswasta

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SD Negeri 2 Mandati II WAKATOBI Tahun 2008
2. Tamat SMP di SMP Negeri 1 Wangi-Wangi WAKATOBI Tahun 2011
3. Tamat SMA di SMA Negeri 1 Wangi-Wangi WAKATOBI Tahun 2014
4. Perguruan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	VII (Delapan)	2018	Mahasiswa

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya,
Oleh

Yogi Armin Saputra

KATA PENGANTAR

Assalamuallaikum Wr. Wb.

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul Analisis Pengaruh Harga, Selera serta *Brand Prestige* Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Motor Honda Scoopy “ Study Kasus Pada Pengguna Motor Honda Scoopy di Lingkungan STIESIA” dengan baik.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Study Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, saya juga mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan tulus saya menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Dr. Nur Fadrijh Asyiek, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya
2. Dr. Triyonowati, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Dr. Djawoto, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah berkenan meluangkan waktu untuk membimbing serta mendukung sepenuhnya selama penulisan skripsi saya.
4. Dr. Hendri Soekotjo, S.E., M.M. selaku dosen wali kelas SM-6 yang selalu memberikan arahan serta motivasi kepada penulis selama perkuliahan.

5. Ir. Pontjo Bambang Mahargiono, M.M., selaku Kepala Pusat Komputer STIESIA Surabaya yang telah banyak membantu penulis selama masa penulisan skripsi
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya, yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama masa studi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
7. Seluruh anggota keluarga, Bapak, Ibuk, Kakak dan Adik saya yang senantiasa dengan tulus memberikan kasih sayang serta mendukung sepenuhnya untuk meraih cita-cita sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu
8. Terima kasih teman-teman seperjuanganku anak SM-6 angkatan 2014 yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna, kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini sangat diperlukan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang menggunakan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surabaya, 4 Oktober 2018

Yogi Armin Saputra

DAFTAR ISI

HALAMAN LUAR SAMPUL	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GRAFIK	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
INTISARI	xv
ABSTRACT	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.5. Ruang Lingkup Penelitian.....	10
BAB 2 TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ...	11
2.1. Tinjauan Teoritis.....	11
2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2. Perilaku Konsumen.....	14
2.1.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	15
2.1.4. Tahap-Tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian.....	17
2.1.5. Definisi Harga.....	19

2.1.6. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga.....	19
2.1.7. Indikator Harga.....	21
2.1.8. Tujuan Penetapan harga	21
2.1.9. Definisi Selera	22
2.1.10. Indikator Selera.....	23
2.1.11. Definisi Brand Prestise.....	23
2.1.12. Indikator Brand Prestise	24
2.1.13. Definisi Keputusan Pembelian.....	25
2.1.14. Tipe-Tipe Keputusan Pembelian.....	26
2.1.15. Indikator Keputusan Pembelian.....	30
2.1.16. Penelitian Terdahulu.....	31
2.2. Rerangka Pemikiran dan Konseptual.....	32
2.2.1. Rerangka Pemikiran.....	33
2.2.2. Rerangka Konseptual.....	34
2.3. Pengembangan Hipotesis.....	34
2.3.1. Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.3.2. Hubungan Selera Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.3.3. Hubungan Brand Prestise Terhadap Keputusan Pembelian.....	36
BAB 3 METODE PENELITIAN	37
3.1. Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek Penelitian).....	37
3.1.1. Jenis Penelitian	37
3.1.2. Gambaran dari Populasi (Objek Penelitian).....	37
3.2. Teknik Pengambilan Sampel.....	38
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.3.1. Jenis Data	39
3.3.2. Sumber Data.....	40
3.3.3. Teknik Pengumpulan Data	40
3.4. Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	41
3.4.1. Identifikasi Variabel.....	41
3.4.2. Definisi Operasional Variabel.....	42

3.5. Teknik Analisis Data	44
3.5.1. Uji Instrumen.....	44
3.5.2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
3.5.3. Uji Asumsi Klasik.....	46
3.5.4. Uji Kelayakan Model.....	47
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1. Hasil Penelitian.....	49
4.1.1. Gambaran Umum Organisasi.....	49
4.2. Hasil Penelitian.....	49
4.2.1. Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	49
4.2.2. Deskriptif hasil penelitian.....	51
4.3 Analisis Data	61
4.3.1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	61
4.3.2. Uji Kelayakan Model.....	63
4.3.3. Uji Asumsi Klasik.....	64
4.3.4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
4.3.5. Pengujian Hipotesis.....	71
4.4. Pembahasan.....	75
BAB 5 PENUTUP.....	78
5.1. Simpulan.....	78
5.2. Keterbatasan.....	79
5.3. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Tingkat Keterlibatan Pembeli.....	27
Tabel 2.2 : Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Tabel 4.4 : Kelas Interval.....	52
Tabel 4.5 : Distribusi Frekuensi Berdasarkan Harga.....	53
Tabel 4.6 : Distribusi Frekuensi Berdasarkan Brand Prestise.....	55
Tabel 4.7 : Distribusi Frekuensi Berdasarkan Selera.....	57
Tabel 4.8 : Distribusi Frekuensi Berdasarkan Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 4.9 : Hasil Uji Validitas.....	61
Tabel 4.10: Hasil Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 4.11: Hasil Uji Kelayakan Model ANOVA.....	63
Tabel 4.12: Hasil Uji Normalitas.....	64
Tabel 4.13: Hasil Uji Multikolinieritas.....	66
Tabel 4.14: Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	68
Tabel 4.15: Model Summary.....	69
Tabel 4.16: Hasil Uji t.....	70
Tabel 4.17: Koefisien Korelasi dan Determinasi Parsial.....	72

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 : Gambar Grafik Penjualan Honda Scoopy	4
Grafik 1.2 : Gambar Market Share Honda Scoopy.....	5



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 1.2 : Kerangka Konseptual.....	33
Gambar 4.1 : Gambar Uji Normalitas.....	66
Gambar 4.2 : Gambar Uji Heteroskedastisitas.....	69



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuisisioner
2. Kuisisioner
3. Hasil Output SPSS
4. Surat Pengantar ke Dosen Pembimbing
5. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi
6. Surat Pengantar Ijin Riset dari STIESIA
7. Sertifikat Seminar EKUITAS
8. Surat Keterangan Bebas Plagiasi

