

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, STRATEGI
PEMASARAN, EFEKTIVITAS PROMOSI PT KRAMA
YUDHA RATU MOTOR PADA KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL MITSUBISHI CANTER EURO 4**

SKRIPSI

Oleh :

MUAMMAR ABDUL ROHMAN

201810325035



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Strategi Pemasaran, Efektivitas Promosi PT Krama Yudha Ratu Motor Pada Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Canter Euro 4

Nama Mahasiswa : Muammar Abdul Rohman

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325035

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi & Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Juli 2022



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Strategi Pemasaran, Efektivitas Promosi PT Krama Yudha Ratu Motor Pada Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Canter Euro 4

Nama Mahasiswa : Muammar Abdul Rohman

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325035

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi Dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Juli 2022

Jakarta, 14 Juli 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M

NIDN : 0325057908

Penguji I : Neng Siti Komariah, S.E., M.M

NIDN : 0327128105

Penguji II : Andrian, S.E., M.M

NIDN : 0321077102

MENYETUJUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dr. Hadita, S.Pd., M.M

NIDN : 0329048302

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak.

NIDN : 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muammar Abdul Rohman
NPM : 201810325035
Alamat : Jl. Berlian Raya V No. 48 06/05 Kel. Bekasi Jaya Kel.
Bekasi Jaya Kec. Bekasi Timur Kota Bekasi 17112

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi saya dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Strategi Pemasaran, Efektivitas Promosi PT Krama Yudha Ratu Motor Pada Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Canter Euro 4” merupakan hasil pekerjaan saya sendiri dan seluruh ide, pendapat, atau materi yang didapat dari sumber lain yang telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan apa yang saya nyatakan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya termasuk pencabutan gelar Sarjana Manajemen yang nanti saya dapatkan.

Jakarta, 11 Juli 2022
Yang membuat pernyataan



Muammar Abdul Rohman

201810325035

ABSTRAK

MUAMMAR ABDUL ROHMAN 201810325035 “Pengaruh Kualitas Produk, Strategi Pemasaran, Efektifitas Promosi PT Krama Yudha Ratu Motor Pada Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Canter Euro 4”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Strategi Pemasaran, Efektifitas Promosi terhadap Keputusan Pembelian dari Mitsubishi Canter Euro 4 pada Perusahaan Perakitan Mobil Niaga PT Krama Yudha Ratu Motor. Responden dalam Penelitian ini adalah para customer yang membeli mobil niaga Mitsubishi Canter Euro 4 dengan banyak sampel yang telah ditetapkan sebanyak 98 responden. Dalam Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner, data yang sudah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Melalui uji F dapat diketahui bahwa kualitas produk, strategi pemasaran, dan promosi layak untuk menguji variabel keputusan pembelian. Sedangkan analisis data yang dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa yang paling berpengaruh adalah Promosi, Kualitas Produk, selanjutnya Strategi Pemasaran. Sehingga Kualitas Produk, Strategi Pemasaran, dan Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. PT Krama Yudha Ratu Motor harus terus mempertahankan apa yang sudah dinilai baik dan terus berbenah untuk memperbaiki apa saja yang dinilai kurang baik.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Strategi Pemasaran, Promosi, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

MUAMMAR ABDUL ROHMAN 201810325035 *"The Influence of Product Quality, Marketing Strategy, Promotion Effectiveness of PT Krama Yudha Ratu Motor on Mitsubishi Canter Euro 4 Car Purchase Decision"*.

This study aims to determine the Influence of Product Quality, Marketing Strategy, Promotional Effectiveness on Purchasing Decisions from Mitsubishi Canter Euro 4 on the Commercial Car Assembly Company PT Krama Yudha Ratu Motor. Respondents in this study were customers who bought Mitsubishi Canter Euro 4 commercial cars with many samples that had been determined as many as 100 respondents. In this study using a quantitative approach, data collection using questionnaires, data that have met the validity test, reliability test, and classical assumption test. Through the F test, it can be seen that product quality, marketing strategy, and promotion are feasible to test the variables of purchasing decisions. Meanwhile, data analysis was carried out using multiple linear regression analysis. The results showed that the most influential are Promotion, Product Quality, then Marketing Strategy. So that Product Quality, Marketing Strategy, and Promotion have a positive and significant influence on the Purchase Decision. PT Krama Yudha Ratu Motor must continue to maintain what has been considered good and continue to improve what is considered bad.

Keywords: *Product Quality, Marketing Strategy, Promotion, and Purchase Delivery*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan limpahan karunia -Nya penulis masih diberikan nikmat iman dan Kesehatan, sehingga dapat menyelesaikan proposal skripsi berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Strategi Pemasaran, Efektivitas Promosi PT. Krama Yudha Ratu Motor Pada Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Canter Euro 4” ini tepat pada waktunya, tanpa ada halangan apapun.

Sebagai hormat atas bantuan dan bimbingan serta dorongan motivasi dari semua pihak, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H.,M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih, M.S.Ak.,, CA.,CSRA., CMA., CBV., CACP selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Hadita, S.Pd.M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Andrian, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dalam penyusunan skripsi.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah mengajarkan banyak ilmu kepada penulis.
6. Ibu Siti Zainurrohmah dan keluarga besar Umi Badriah selaku orang tua dan keluarga yang selalu memberi dukungan dan doa kepada penulis.
7. Anita Prastiwi selaku orang tersayang setelah ibu serta teman teman program studi Manajemen terkhusus kelas C1 yang selalu memberi dukungan dan motivasinya kepada penulis.

Penulis memohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat khususnya bagi penulis dan bagi semua pihak khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

Jakarta, 11 Juli 2022

Muammar Abdul Rohman

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penulisan	3
1.6 Sistematika Penulisan Skripsi.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	6
2.1.1 Dimensi Kualitas.....	7
2.1.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas	8
2.1.3 Indikator Kualitas Produk	10
2.2 Strategi Pemasaran	11
2.2.1 Faktor Lingkungan Strategi Pemasaran	12
2.2.2 Fungsi Pemasaran.....	13
2.2.3 Tujuan Pemasaran.....	15
2.2.4 Manfaat Strategi Pemasaran	15
2.3 Pengertian Promosi.....	16
2.3.1 Indikator – Indikator Promosi.....	16
2.3.2 Tujuan Promosi.....	17
2.4 Pengertian Keputusan Pembelian	17
2.4.1 Tahapan Keputusan Pembelian.....	18
2.4.2 Peran Konsumen dalam Keputusan Pembelian.....	19
2.4.3 Indikator Keputusan Pembelian	20
2.5 Penelitian Terdahulu	21
2.6 Kerangka Pemikiran	23
2.7 Hipotesis Penelitian.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Metode Penelitian.....	25

3.2	Tahapan Penelitian	25
3.3	Model Konseptual Penelitian	26
3.4	Operasional Variabel.....	28
3.5	Waktu dan Tempat Penelitian.....	29
3.5.1	Waktu Penelitian.....	29
3.5.2	Tempat Penelitian	29
3.6	Metode Pengambilan Sampel.....	29
3.6.1	Populasi Penelitian	29
3.6.2	Sampel Penelitian	30
3.6.3	Teknik Penentuan Jumlah Sampel	30
3.7	Teknik Pengumpulan Data	31
3.7.1	Kuesioner/Angket	31
3.8	Jenis dan Sumber Data.....	32
3.8.1	Data Primer.....	32
3.9	Teknik Analisis Data.....	32
3.9.1	Uji Validitas.....	32
3.9.2	Uji Reliabilitas	32
3.9.3	Uji Asumsi Klasik	33
3.9.3.1	Uji Normalitas.....	33
3.9.3.2	Uji Multikolinieritas	33
3.9.3.3	Uji Heteroskedastisitas	33
3.9.4	Uji Hipotesis.....	34
3.9.4.1	Uji Parsial (t)	34
3.9.4.2	Uji Simultan (f).....	34
3.9.4.3	Koefisien Determinasi (R^2)	34
3.9.5	Uji Regresi Berganda	34
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1	PT Krama Yudha Ratu Motor	35
4.1.1	Profile PT Krama Yudha Ratu Motor	35
4.1.2	Sejarah Singkat PT Krama Yudha Ratu Motor	36
4.1.3	Visi dan Misi PT Krama Yudha Ratu Motor.....	37
4.1.4	Struktur Organisasi PT Krama Yudha Ratu Motor	38
4.2	Hasil Penelitian.....	40
4.2.1	Penyebaran dan Pengumpulan Data Kuesioner	40
4.2.2	Karakteristik Responden	40
4.3	Uji Kualitas Data.....	42
4.3.1	Uji Validitas	42
4.3.2	Uji Reliabilitas	43
4.4	Uji Asumsi Klasik	44

4.4.1	Uji Normalitas	44
4.4.2	Uji Multikolinieritas	45
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	46
4.5	Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
4.6	Uji Hipotesis	49
4.6.1	Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t).....	49
4.6.2	Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F)	49
4.6.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	50
BAB V	PENUTUP.....	53
5.1	Kesimpulan.....	53
5.2	Implikasi Manajerial	54
DAFTAR PUSTAKA		55
LAMPIRAN		57

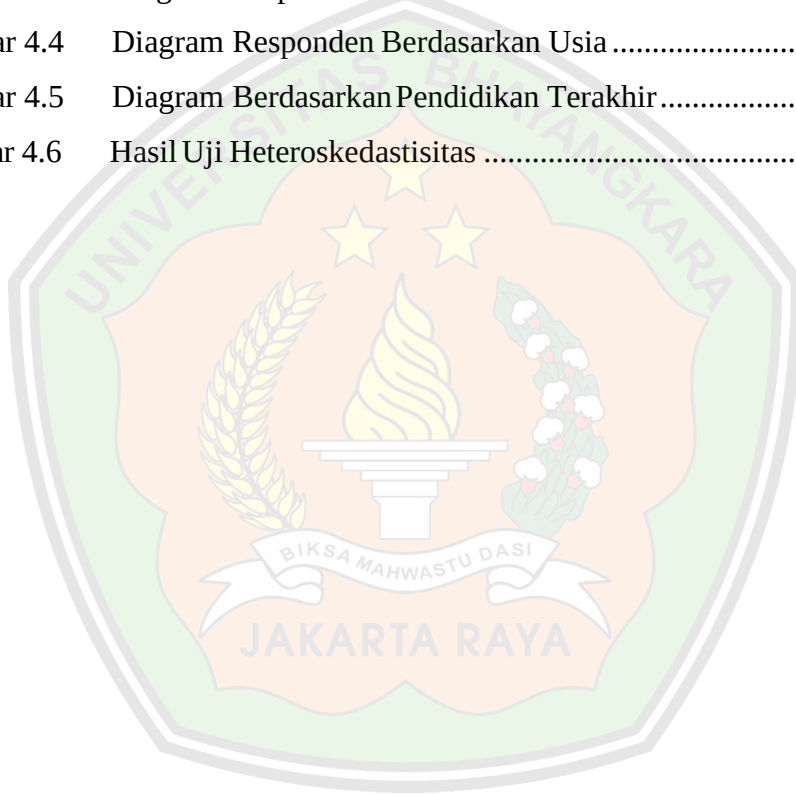


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Peneliti Terdahulu... ..	21
Tabel 3.1. Tabel Operasional Variabel	28
Tabel 3.2. Kategori Penilaian.....	31
Tabel 4.1. Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner.....	40
Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 4.3. Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.4. Hasil Uji Normalitas	45
Tabel 4.5. Hasil Uji Multikolinieritas	46
Tabel 4.6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	48
Tabel 4.7. Hasil Uji t (Parsial).....	49
Tabel 4.8. Hasil Uji F (Simultan).....	50
Tabel 4.9. Hasil Uji R ² (Koefisien Determinasi).....	50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian	23
Gambar 3.1 Model Konseptual Penelitian	27
Gambar 4.1 PT Krama Yudha Ratu Motor	36
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Perusahaan	39
Gambar 4.3 Diagram Responden Berdasarkan Kelamin.....	41
Gambar 4.4 Diagram Responden Berdasarkan Usia	41
Gambar 4.5 Diagram Berdasarkan Pendidikan Terakhir	42
Gambar 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Uji Referensi
Lampiran 2	Uji Plagiarisme
Lampiran 3	Hasil Turnitin
Lampiran 4	Kuesioner
Lampiran 5	Tabulasi Data Penelitian
Lampiran 6	Hasil Olah Data Penelitian
Lampiran 7	Surat Izin Penelitian
Lampiran 8	Tabel r
Lampiran 9	Tabel t
Lampiran 10	Tabel f
Lampiran 11	Buku Bimbingan
Lampiran 12	CV

