

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN DESAIN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR YAMAHA**

FAZZIO (Studi Pada Masyarakat Kota Bekasi)

SKRIPSI

OLEH :

Faizah Rachma

202110325009



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk , Promosi dan
Desain Terhadap Keputusan Pembelian
Motor Yamaha Fazzio (Studi Pada
Masyarakat Kota Bekasi)

Nama Mahasiswa : Faizah Rachma

Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325009

Program Studi/ Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 03 Februari 2025

Jakarta, 10 Februari 2025

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Widi Winarso, SE., M.M

NIDN: 0319067606



Adi Wibowo Noor Fikri, SKom., MBA,

NIDN: 0325027901

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk , Promosi dan Desain Terhadap Keputusan pembelian Motor Yamaha Fazzio (Studi Pada Masyarakat Kota Bekasi)

Nama Mahasiswa : Faizah Rachma

Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325009

Program Studi/ Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 03 Februari 2025

Jakarta, 10 Februari 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Neng Siti Komariah.S.E.,M.M

NIDN: 0327128105

Sekretaris Tim Penguji : Haryudi Anas, S.E.,M.S.M

NIDN: 0317117801

Penguji : Widi Winarso, S.E.,M.M

NIDN: 0319067606

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN. 0327037601

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr.Yayan Hendayana, S.E., M.M.
NIDN. 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Faizah Rachma
Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325009
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta , 08 Januari 2003
Alamat : Vila Gading Harapan Blok F1 no 15,
Kabupaten Bekasi , Kecamatan Babelan,
17612.

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi saya yang berjudul " Pengaruh Kualitas Produk , Promosi dan Desain Terhadap Keputusan pembelian Motor Yamaha Fazzio (Studi Pada Masyarakat Kota Bekasi) “ Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 10 Februari 2025
Yang Membuat Pernyataan,


Faizah Rachma
202110325009

ABSTRAK

Faizah Rachma,202110325009. Pengaruh Kualitas Produk , Promosi dan Desain Terhadap Keputusan pembelian Motor Yamaha Fazzio (Studi Pada Masyarakat Kota Bekasi)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa pengaruh kualitas produk, promosi dan desain terhadap keputusan pembelian pada Masyarakat Kota Bekasi. Populasi penelitian ini adalah pelanggan PT Yamaha Mega Bekasi yaitu sebesar 75 responden. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan sebagian dari pelanggan yang melakukan pembelian atau yang menggunakan produk sepeda motor yamaha fazzio di PT Yamaha Mega Bekasi yang bertempat tinggal di Bekasi. Adapun teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah dengan menggunakan teknik purposive sampling, alat analisis data yang digunakan adalah analisa regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS.

Hasil pengujian terhadap hipotesis, menunjukkan bahwa variabel: kualitas produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan desain berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil nilai koefisien determinasi (Adjusted R²) yang diperoleh sebesar 0,321. Hal ini berarti 32,1% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk, citra merek dan persepsi harga sedangkan sisanya 67,9% dapat dijelaskan dari variabel lain selain ketiga variabel tersebut.

Keyword: Kualitas Produk, promosi, desain.

ABSTRACT

Faizah Rachma 202110325009.*The influence of Product Quality , Promotion and Design on the Decision to Purchase Yamaha Fazzio Motorbikes (Study in the Bekasi City Community)*

The aim of this research is to analyze the influence of product quality, promotion and design on purchasing decisions in the Bekasi City community. The population of this research is PT Yamaha Mega Bekasi customers, namely 75 respondents. The sample used in this research was part of the customers who purchased or used Yamaha Fazzio motorbike products at PT Yamaha Mega Bekasi who resided in Bekasi. The technique used in this sampling was purposive sampling technique, the data analysis tool used was multiple linear regression analysis using the SPSS program. The results of testing the hypothesis show that the variable: product quality has a positive and insignificant effect on purchasing decisions. Promotion has a positive and insignificant effect on purchasing decisions. And design has a positive and significant effect on purchasing decisions. The coefficient of determination (Adjusted R²) obtained was 0.321. This means that 32.1% of purchasing decisions can be explained by the variables product quality, brand image and price perception, while the remaining 67.9% can be explained by variables other than these three variables.

Keywords: Product quality, promotion, design.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “ **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN DESAIN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR YAMAHA FAZZIO (Studi Pada Masyarakat Kota Bekasi)**”. Skripsi ini merupakan tugas dan kewajiban untuk memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen. Di dalam penulisan skripsi ini penulis telah berupaya sebisa mungkin, namun penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, dan untuk itu sekiranya pembaca dapat memaklumi kekurangan tersebut. Untuk itu dalam kesempatan ini perkenankanlah penulis untuk menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Irjen. Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H.,M.M.,Ph.D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Yayan Hendayana, SE., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Widi Winarso , SE, MM ., Selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang telah bersedia untuk membimbing dan memberi arahan dalam penulisan skripsi sampai selesai.

5. Bapak Adi Wibowo Noor Fikri, SKom.,MBA, Selaku Dosen Pembimbing 2 Skripsi yang telah bersedia untuk membimbing dan memberi arahan dalam penulisan skripsi sampai selesai.
6. Fahmi Sahlan, S.PdI., M.IRKH. selaku Dosen PA dan para Dosen FEB Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah membentuk menjadi mahasiswa lebih baik.
7. Bapak dan Ibu Bagian Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
8. Kepada kedua orang tua saya yang telah memberikan dukungan dan motivasi serta doa yang penuh dengan ketulusan, keikhlasan serta penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Wisnu Saputra dan keluarga yang telah membantu motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Syajida mariam , sahabat saya yang selalu ada untuk saya .

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tentu masih ada beberapa ketidak sempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun, penulis berharap sedemikian perbaikan skripsi ini mencapai kesempurnaan dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk kita semua.

Penulis

Faizah Rachma

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TELAAH PUSTAKA	9
2.1 Telaah Teoritis	9
2.2 Telaah Empiris	23
2.2.1 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Konseptual	29
2.3.1 Kerangka Berpikir	29
2.4 Hipotesis Penelitian	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	35

3.1.1 Variabel Penelitian	35
3.1.2 Definisi Operasional.....	35
3.2 Objek Penelitian, Unit Sampel, Populasi, dan Penentuan Sampel	39
3.2.1 Objek Penelitian dan Unit Sampel	39
3.2.2 Populasi dan Penentuan Sampel.....	39
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	41
3.2.4 Metode Pengumpulan.....	42
3.3 Statistik Deskriptif.....	43
3.4 Statistik Kuantitatif.....	44
3.5 Uji Validitas.....	45
3.6 Uji Reliabilitas.....	45
3.7 Uji Asumsi Klasik	46
3.8 Teknik Analisis.....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	52
4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan	53
4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	54
4.1.4 Deskripsi Responden Berdasarkan jenis kelamin	55
4.1.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan terakhir	56
4.1.6 Deskripsi Responden Berdasarkan pendidikan terakhir	56
4.2 Analisis Data	57
4.2.1 Analisis Deskripsi Variabel.....	57
4.2.2 Variabel.....	58
4.2.3 Deskripsi Variabel Promosi	59
4.2.4 Deskripsi Variabel Persepsi Desain	61
4.2.5 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	62
4.3 Hasil Penelitian	64
4.3.1 Pengujian Validitas	64

4.3.2 Uji Reliabilitas	65
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	66
4.4.1 Uji Normalitas	66
4.4.2 Uji Multikolinearitas	67
4.4.3 Uji heteroskedastisitas.....	68
4.4.4 Analisis Regresi Berganda	69
4.4.5 Uji Signifikansi	70
4.5 Hasil Uji Hipotesis	72
4.5.1 Uji Hipotesis Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian	72
4.5.2 Uji Hipotesis Promosi terhadap Keputusan Pembelian	72
4.5.3 Uji Hipotesis Desain terhadap Keputusan Pembelian.....	72
4.6 Koefisien Determinasi.....	72
4.7 Pembahasan.....	73
4.7.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	74
4.7.2 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	74
4.7.3 Pengaruh Desain terhadap Keputusan Pembelian.....	75
BAB V PENUTUP.....	77
5 .1 Kesimpulan	77
5.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1_ Data Pembelian Sepeda Motor Yamaha fazzio Di PT Yamaha Mega Bekasi	4
bulan Januari 2023 – Desember 2023	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 4.1 Usia Responden.....	55
Tabel 4.2 Jenis kelamin responden	55
Tabel 4.3 Jenis pekerjaan	56
Tabel 4.4 Pendidikan terakhir	56
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk.....	58
Tabel 4.6 Tanggapan Responden mengenai variabel Promosi	60
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap Variabel Persepsi Desain	61
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	63
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	64
Table 4.10 hasil uji reliabilitas	66
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
Table 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
Tabel 4.15 Hasil Uji-t.....	70
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien determinasi.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian Konsumen	19
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	30



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	LEMBAR KUESIONER
Lampiran 2	UJI PLAGIAT
Lampiran 3	UJI REFERENSI PER BAB
Lampiran 4	DATA TABULASI RESPONDEN
Lampiran 5	HASIL UJI
Lampiran 6	BUKU BIMBINGAN
Lampiran 7	LEMBAR KUESIONER
Lampiran 8	DAFTAR RIWAYAT HIDUP

