

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAWASAKI NINJA
250UP (studi kasus komunitas Ninja 250up Sidoarjo)**

SKRIPSI



OLEH :

IVAN SATRIA ERMANSYAH

NIM : 20141221090

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2019

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAWASAKI NINJA
250UP (studi kasus komunitas Ninja 250up Sidoarjo)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi
persyaratan dalam menyelesaikan
Program Sarjana Ekonomi**

OLEH

IVAN SATRIA ERMANSYAH

NIM : 20141221090

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2019

Persetujuan Sidang Skripsi
PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAWASAKI NINJA
250UP
(studi kasus komunitas Ninja 250up Sidoarjo)

Oleh :

Ivan Satria Ermansyah

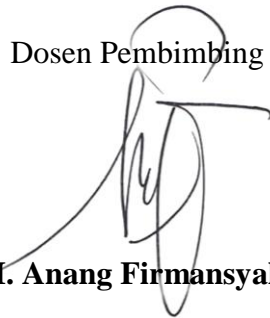
NIM : 20141221090

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 12 Juli 2019

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Dr. M. Anang Firmansyah, MM.

Phony Aditiawan Mulyana, SE., MM.

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Anita Roosmawarni, SE., M.SE.

PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi ini telah diujikan dan di syahkan dihadapan komisi penguji.

**Judul : “PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAWASAKI NINJA
250UP (studi kasus komunitas Ninja 250up Sidoarjo)”**

Nama : Ivan Satria Ermansyah

NIM : 20141221090

Program Studi : Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya

Pada Hari / Tanggal : Rabu, 17 Juli 2019

Pukul: 08.00 WIB

Komisi Penguji terdiri dari:

Ketua Penguji:



Dr. Didin Fatihudin, SE.,M.Si

Anggota

Anggota



Dr. M. Anang Firmansyah, MM.

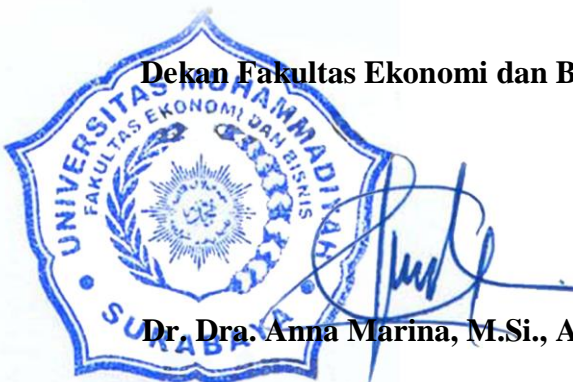


Phony Aditiawan Mulyana, SE., MM.

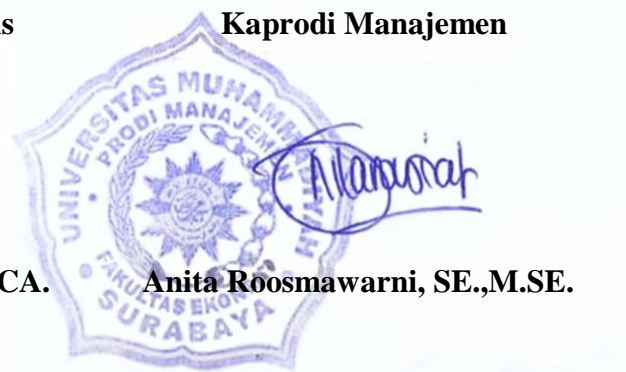
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Kaprodi Manajemen



Dr. Dra. Anna Marina, M.Si., Ak., CA.



Anita Roosmawarni, SE.,M.SE.

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ivan Satria Ermansyah

NIM : 20141221090

Prodi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian maupun seluruhnya. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian maupun seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 12 Juli 2019

Yang membuat pernyataan



Ivan Satria Ermansyah

PERSEMBAHAN DAN MOTTO

Skripsi ini ku persembahkan kepada:

Almarhum Ayah saya yang tidak sempat melihat anaknya tumbuh dewasa hingga dapat menyelesaikan syarat untuk mendapatkan gelar sarjananya. Serta Ibu saya yang membesarkan saya dengan kasih sayangnya yang luar biasa kepada saya.

Saudara-saudara saya, Teman-teman saya yang membantu dan menolong saya dengan segala keterbukaan dan keikhlasan mereka dalam menyelesaikan syarat mendapatkan gelar sarjana saya.

Bapak dan Ibu Dosen Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada saya.

“

Focus On Your Goal.

Don't look in any direction but

AHEAD

ABSTRAK

Ermansyah, Ivan Satria 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Promosi (studi kasus komunitas Ninja 250up Sidoarjo). Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya, dibawah bimbingan Dr. Mohammad Anang Firmansyah, MM dan Phonny Aditiawan Mulyana, SE, MM

Semakin ketatnya persaingan dalam dunia otomotif menuntut setiap perusahaan otomotif khususnya pabrikan motor untuk semakin tergerak berinovasi mengikuti perkembangan selera dan kebutuhan pasar. Oleh karena itu, semua pabrikan motor yang di dominasi oleh pabrikan motor Jepang semakin hari semakin bertarung untuk mendapatkan hati konsumen dan berharap produknya sanggup untuk mendominasi pasar motor di Indonesia. Maka setiap perusahaan otomotif pastinya menerapkan strategi bisnisnya secara tepat agar dapat memenuhi target pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan promosi terhadap keputusan pembelian menggunakan metode penelitian kuantitatif yang bersifat obyektif, mencakup pengumpulan dan analisis data pengujian statistik. Data-data yang diolah dengan menggunakan program SPSS menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut : $Y = - 0,558 + 0,158X1 + 0,235X2 + 0,196X3$. Berdasarkan pengujian hipotesis hasil uji F menunjukkan bahwa variabel bebas kualitas produk, kualitas layanan dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan uji t menunjukkan bahwa Promosi adalah variabel yang berpengaruh secara dominan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Promosi, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Ermansyah, Ivan Satria 2019. The Effects of Product Quality, Service Quality, and Promotion (case study of the community of Ninja 250up Sidoarjo). Thesis. The Study Program of Management. Faculty of Economics and Business. University of Muhammadiyah Surabaya. Advisors (1) Dr. Mohammad Anang Firmansyah, MM. (2) Phonny Aditiawan Mulyana, SE, MM

The increasingly fierce competition in the automotive world demands that every automotive company, especially motorcycle manufacturers, be increasingly moved to innovate according to the development of market tastes and needs. Therefore, all motorcycle manufacturers dominated by Japanese motorcycle manufacturers are increasingly fighting to win the hearts of consumers and hope that their products are able to dominate the motorcycle market in Indonesia. So, every automotive company must implement its business strategy appropriately in order to meet the target market. This study aims to determine the effect of product quality, service quality and promotion on purchasing decisions using quantitative research methods that are objective, including the collection and analysis of statistical testing data. The data processed using the SPSS program produces the regression equation as follows: $Y = - 0.558 + 0.158X1 + 0.235X2 + 0.196X3$. Based on hypothesis testing the results of the F-test indicate that the independent variables of product quality, service quality and promotion simultaneously influence purchasing decisions. While the t-test shows that Promotion is a variable that has a dominant influence on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Promotion, Purchasing Decision.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala yang telah melimpahkan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kawasaki Ninja 250*up*(studi kasus komunitas Ninja 250*up* Sidoarjo)” dengan baik, serta sholawat dan salam semoga tetap tercurah kepada junjungan besar Rasulullah Muhammad Shallallahu'alaihi Wasallam yang mengantarkan pada keselamatan kehidupan di dunia dan akhirat.

Penyusunan skripsi ini penulis lakukan untuk melengkapi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk dan saran dari semua pihak. Untuk itu, penulis dengan kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. dr. Sukadiono, MM. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Ibu Dr. Anna Marina, SE.,M.Si, Ak, CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
3. Ibu Anita Roosmawarni, SE., M.SE. selaku kaprodi Manajemen yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
4. Bapak Dr. Mochammad Anang Firmansyah, MM. selaku Dosen Pembimbing I atas waktu yang telah beliau luangkan untuk mengarahkan, menasehati dan medampingi penulis dalam proses pembuatan skripsi hingga akhir.
5. Bapak Phonny Aditiawan Mulyana, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing II atas waktu yang telah beliau luangkan untuk mengarahkan, menasehati dan mendampingi penulis dalam proses pembuatan skripsi hingga akhir.
6. Bapak Dr. Didin Fatihudin, SE., M.Si. selaku Dosen Penguji Sidang Skripsi yang telah memberikan arahan dan pandangan beliau terhadap skripsi saya.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat dan seluruh staff serta karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
8. Kedua Orang Tua saya yang mempunyai jasa tak terhingga terhadap kehidupan saya(semoga Rahmat Allah menyertai Mereka).

9. Saudara saya Daffa dan Novi M. yang telah banyak membantu saya dalam penelitian, teman-teman ORMAWA FEB, teman-teman terdekat saya Miftahussurur, Ryan, Eko, Aldo, Bhaskara, Hamdi, Alizein dan terutama teman pejuang skripsi saya Ilham, Lembe, Anna, Intan, Icul, Odie, Amel, Lutvia, Farahdila, Lily yang memberikan dorongan luarbiasa kepada saya selama masa-masa sulit di Universitas Muhammadiyah Surabaya
10. Semua pihak yang telah berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa peneliti sebut satu persatu.

Semoga Allah Subhanahu Wata'ala membalas semua kebaikan yang telah diberikan oleh semua pihak yang tersebutkan maupun yang tidak dapat tersebutkan. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak kekurangan dan kelemahan dalam penyusunan skripsi ini. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang memerlukannya.

Surabaya, 6 Juli 2019

Penulis

DAFTAR ISI

MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Penulisan Skripsi	10

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori.....	11
1. Pemasaran.....	11
a. Pengertian Pemasaran.....	11
b. Bauran Pemasaran	12
2. Kualitas Produk	14
a. Indikator Kualitas Produk.....	15
3. Kualitas Layanan	16
a. Service Quality (Servqual)	16
b. Pengertian Kualitas Layanan	17
c. Prinsip-prinsip Kualitas Layanan	18
d. Indikator Kualitas Layanan	20

4. Promosi.....	22
a. Pengertian Kualitas Layanan.....	22
b. Indikator-indikator Promosi.....	23
5. Brand Community	25
a. Komponen-komponen <i>Brand Community</i>	26
6. Keputusan Pembelian	27
a. Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	28
b. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	29
c. Indikator Keputusan Pembelian	33
B. Penelitian Terdahulu	34
C. Kerangka Konseptual	40
D. Hipotesis	41

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	42
B. Identifikasi Variabel.....	43
C. Definisi Oprasional	43
D. Teknik Pengumpulan Data.....	45
E. Populasi dan Sampel	46
F. Teknik Pengolahan Data	48
G. Teknik Analisis data	49
a. Uji Instrumen	49
b. Uji Asumsi Klasik.....	50
c. Analisis Regresi Linier Berganda	52
d. Uji Simultan (uji F)	53
e. Uji Parsial (uji t).....	53

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	55
B. Deskripsi Hasil Penelitian.....	56

C. Deskripsi Variabel Bebas dan Terikat	58
D. Uji Instrumen	63
E. Uji Asumsi Klasik.....	65
F. Hasil Penelitian Dan Pengujian Hipotesis	68
G. Pembahasan Hasil Penelitian	75
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	80
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
2. Responden Berdasarkan Usia.....	58
3. Jawaban Responden Tentang Variabel Kualitas Produk (X1).....	59
4. Jawaban Responden Tentang Variabel Kualitas Layanan (X2)	60
5. Jawaban Responden Tentang Variabel Promosi (X3)	61
6. Hasil Penguji Validitas	63
7. Hasil Uji Realibilitas.....	64
8. Hasil Uji Normalitas Menggunakan Kolmogrov-Smirnov Test	65
9. Hasil Uji Multikolinieritas	65
10. Model Persamaan Regesi	67
11. Koefisien Korelasi dan Determinasi	69
12. Tabel Interval Koefisien Korelasi	69
13. Hasil Uji-F (Simultan)	71
14. Hasil Uji-t (Parsial)	72
15. Tabel Nilai Korelasi Parsial	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Data Penjualan Motor <i>Sport</i> 250cc di Indonesia Tahun2018	2
2. Data Penjualan Tiga Semester Terakhir 2017-2018	4
3. Kerangka Konseptual.....	40
4. Logo Komunitas Ninja 250up Sidoarjo(NICLUS)	55
5. Gambar Scatterplot	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 Hasil Uji SPSS

Lampiran 4 Tabel r,t,dan F

Lampiran 5 Endorsment Letter

Lampiran 6 Form Perbaikan Skripsi

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anwar. (2015). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pembelian peralatan masak di Showroom Maxim Housewares Grand City Mall Surabaya.
- Astuti, R. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Usaha Mikro Kecil Menengah.
- Basu Swastha Dharmmesta, T. H. (2012). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Bell, M. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Fandy, T. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Fatihudin, D. (2004). Analisis keputusan konsumen membeli sepeda motor di Kotamadya Surabaya.
- Fatihudin, D. (2019). *Metode Penelitian untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Firmansyah, A. (2015). Pengaruh Strategi Marketing Mix (Produk, Harga, Promosi dan Distribusi) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Batik di Surabaya.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Firmansyah, M. A., & Fatihudin, D. (2017). *Globalisasi Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Firmansyah, M. A., & Mahardika, B. W. (2018). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Gozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Gunawan, T. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.

- Handayani, S. (2012). Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam Pelayanan Air Bersih pada PDAM Tirtasari Binjai.
- Hariadi. (2012). Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Projector Microision.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kristianto, L. P. (2011). *Psikologi Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Mongi, L., Mananeke, L., & Repi, A. (2013). Kualitas Produk, Strategi Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel Di Kota Manado.
- Priyanto, D. (2013). *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Sanusi, A. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Weenas. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta.

