PENGARUH LOKASI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA SUMBER AGUNG MOTOR RINGINREJO KEDIRI

(Study Pada Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri tahun 2015 Universitas Nusantara PGRI Kediri)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat GunaMemperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

OLEH :

AGUS WAHYUDI
NPM: 11.1.02.02.0100

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2016

Skripsi oleh :

AGUS WAHYUDI

NPM : 11.1.02.02.0100

Judul :

PENGARUH LOKASI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA SUMBER AGUNG MOTOR (*Studi kasus pada mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri tahun 2015***)**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada

Panitia Ujian/Sidang Skripsi Jurusan Manajemen

Ekonomi UNP Kediri

Tanggal : Oktober 2015

Pembimbing I	Pembimbing II
Drs. Ichsanudin, MM	**Amat Pintu Batu, SE., MM.**
NIDN. 0723105703	**NIDN. 0725075601**

ii

Skripsi oleh :

AGUS WAHYUDI

NPM : 11.1.02.02.0100

Judul :

PENGARUH LOKASI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SUMBER AGUNG MOTOR (*Studi kasus pada mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri tahun 2015*)

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Jurusan Manajemen Ekonomi UNP Kediri

Pada Tanggal : 22 Juli 2016

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

		Nama	ttd
1.	Ketua	: Drs. Ichsanudin, M.M.	
2.	Penguji I	: Ema Nur Zainul, S.E, M.M.	
3.	Penguji II	: Amat Pintu Batu S.E., M.M.	

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Subagyo, MM
NIDN. 0717066601

iii

PENGARUH LOKASI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA SUMBER AGUNG MOTOR RINGINREJO KEDIRI

(Study Pada Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri tahun 2015)

Agus Wahyudi
11.1.02.02.0100
Fakultas Ekonomi, program Studi Manajemen
Wahyudiagus453@gmail.com
Drs. Ichsannudin, M.M dan Amat Pintu Batu, SE.,M.M
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Agus Wahyudi : Pengaruh lokasi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Sumber Agung Motor Ringinrejo Kediri (studi kasus pada mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri tahun 2015) Skripsi, Manajemen, Ekonomi UNP Kediri, 2015.

Kata kunci : Lokasi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini dilatar belakangi semakin pesatnya industri sepeda motor di Indonesia sehingga perusahaan harus bisa menentukan strategi pemasaran yang tepat. Untuk memperluas pangsa pasar, maka perusahaan harus mampu mengetahui apa yang dibutuhkan konsumennya. Munculnya banyak distributor sepeda motor saat ini, membuat konsumen memperoleh banyak pilihan sebelum memutuskan untuk membeli sepeda motor.

Permasalahan penelitian ini adalah (1) Adakah pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada Sumber Agung Motor Ringinrejo Kediri? (2) Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Sumber Agung Motor Ringinrejo Kediri? (3) Adakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Sumber Agung Motor Ringinrejo Kediri? (4) Adakah pengaruh lokasi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Sumber Agung Motor Ringinrejo Kediri?

Penelitian ini menggunakan pendekata kuantitatif dengan populasi adalah mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri. Penelitian dilakukan dengan menggunakan instrument penelitian yakni berupa angket (kuesioner).

Kesimpulan hasil penelitian ini adalah (1) Lokasi secara parsial berpengaruh signifkan terhadap keputusan pembelian pada Sumber Agung Motor Ringinrejo Kediri. (2) Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Sumber Agung Motor Ringinrejo Kediri. (3) Kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Sumber Agung Motor Ringinrejo Kediri. (4) Lokasi, harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Sumber Agung Motor Ringinrejo Kediri.

Berdasarkan simpulan hasil penelitian ini, direkomendasikan : Faktor lokasi, harga dan kualitas produk terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.

Pada era globalisasi, produk barang dan jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam lainnya akibat keterbukaan pasar. Akibatnya terjadilah persaingan antar produsen untuk dapat mempengaruhi keputusan membeli konsumen.

Dalam menumbuhkan minat beli dan akhirnya melakukan keputusan membeli tidaklah mudah. Banyaklah faktor yang dapat mempengaruhi hal itu, baik dari faktor internal dalam diri konsumen maupun faktor eksternal yaitu rangsangan yang dilakukan oleh perusahaan. Hal tersebut sangat erat kaitannya dalam perilaku konsumen. Menurut Swastha (2003 : 9), perilaku konsumen adalah tindakan individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan barang – barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan.

Proses – proses inilah yang perlu dipahami agar pembeli melakukan pilihan pembeliannya kepada produk yang kita tawarkan. Salah satu yang berpengaruh kepada keputusan beli konsumen adalah lokasi tersedianya barang. Memilih lokasi merupakan keputusan penting, karena dengan lokasi yang strategis dan mudah diakses, pembeli akan mudah untuk melakukan keputusannya untuk membeli. Pemilihan lokasi memiliki fungsi strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Menurut Basu Swasta dan Irawan (2003 : 339), lokasi adalah letak atau toko pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimumkan laba. Menurut Tjiptono (2002:41-42), lokasi yang dapat mempengaruhi konsumen yaitu: Akses (lokasi yang mudah dilalui atau mudah di jangkau oleh konsumen), Visibilitas (Lokasi dapat dilihat oleh konsumen), Tersedianya tempat parkir yang luas sehingga konsumen lebih leluasa dan nyaman pada saat melakukan jual beli didalam toko/perushaan.

Selain lokasi, faktor harga juga dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan keputusan membeli. Menurut Kotler (2004 : 73), harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk. Sedangkan menurut Alma (2002 : 125), “ nilai suatu barang atau jasa yang dinyatakan dengan uang”. Dengan demikian harga dapat mempengaruhi keputusan beli karena

merupakan pengorbanan yang diberikan konsumen.

Selain lokasi dan harga, faktor kualitas produk juga dapat mempengaruhi keputusan beli, karena pada dasarnya konsumen pasti memilih produk yang bagus. Menurut Kotler dan Amstrong (2004 : 283), *"the ability of a product to perform its functions, it includes the product's overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes"* artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Sumber Agung Motor yang berlokasi di Jalan Cinderawasih No.46 Ringinrejo Kediri adalah perusahaan yang bergerak dalam penjualan sepeda motor Honda. Dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti, diperoleh informasi bahwa perusahaan ini kurang memperhatikan faktor – faktor di atas.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui faktor-fator yang mempengaruhi konsumen untuk membeli dan menggunakan suatu produk yaitu lokasi, harga dan kualitas produk. Oleh karena itu meneliti memilih judul ***"Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada Sumber Agung Motor (Studi Kasus pada Mahasiswa UNP Kediri Tahun 2015) "***

1. Tujuan Penelitian.

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda pada Sumber Agung Motot pada mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda pada Sumber Agung Motor pada mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda pada Sumber Agung Motor pada mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri.

BAB II
KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS

A. variabel penelitian variabel dalam penelitian ini adalah variabel dependen (Y) keputusan pembelian, dan varibel

independen (X) lokasi, harga dan kualitas produk .

1. Lokasi (X1)

Lokasi dalam konteks bahasan ini adalah lokasi perusahaan yang berbentuk bisnis dagang maupun industri. Lokasi digunakan untuk menghasilkan produk barang atau jasa. Lokasi juga digunakan sebagai tempat pertemuan antara berbagai pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Memilih lokasi memiliki fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. menurut Tjiptono (2002 : 41 - 42), meliputi faktor-faktor:

a. Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau transportasi umum.
b. Visibilitas, misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
c. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.

2. Harga (X2)

Harga merupakan jumlah uang atau nilai yang ditukar oleh konsumen, untuk memperoleh manfaat kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa. Menurut Kotler dan Amstrong, (2008:345), indikator yang digukan adalah sebagai berikut :

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga
3. Variasi harga

3.Kualitas produk (X3)

Kualitas produk merupakan atribut atau sifat – sifat sebagaimana yang terdapat dalam sebuah produk yang bersangkutan, dimana suatu produk memiliki kualitas yang sesuai standart kualitas yang telah di tentukan. Adapun indikator kualitas produk menurut Kotler Dan Amstrong (2004:286) sebagai berikut :

1. Performa
2. Daya tahan
3. Estetika

4. Keputusan pembelian (Y)

Proses keputusan untuk membeli dipengaruhi oleh bermacam - macam dorongan. Walaupun keputusan untuk membeli sama sekali tidak bisa dipaksakan oleh produsen, akan tetapi dengan adanya motif - motif pembelian maka para produsen dapat mempengaruhi atau memperbesar kecenderungan para konsumen .

dimana pembeli telah menentukan pilihannya dengan didasari oleh adanya niat dan melakukan pembelian produk serta mengkonsumsinya. Menurut Kotler (2008:212) Indikator keputusan pembelian adalah sebagai berikut :

1. Faktor budaya
2. Faktor sosial
3. Faktor pribadi

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian.

Penelitian ini menggunakan teknik kuantitatifl. Dan pendekatan kuantitatif, karena data yang akan dianalisis berbentuk angka.

B. Populasi dan sampel.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri tahun 2015 sebanyak 100 orang. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *purposive sampling*

BAB IV
Hasil dan Kesimpulan

A. Karakteristik Responden.

Adapun jumlah responden yang ditentukan sebagai sample adalah sebanyak 100 mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri, dengan teknik *Purposive Sampling.* Krakteristik responden yang menjadi subjek dalam penelitian ini terdiri dari jenis kelamin, dan usia.

B. Uji Instrumen.

1. Uji Validitas.

   nilai dari hasil uji r hitung > r tabel, dan berdasrkan nilai sig. 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dalam kuisioner adalah valid.

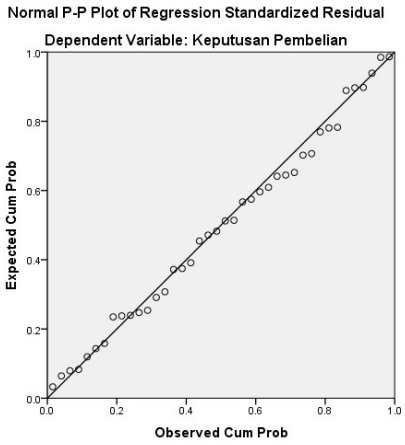
2. Uji Reliabilitas.

   nilai *alpha hitung* untuk lokasi adalah 0.611, harga 0.700, kualitas produk 0.631 dan keputusan pembelian 0.709. Terbukti lebih besar dari pada alpha tabel yaitu 0.6. Hal ini berarti bahwa pernyataan untuk seluruh item pernyataan adalah berpengaruh bagi variable lokasi, harga, dan kualitas produk, serta keputusan pembelian.

C. Analisis Data.

1. **Uji Asumsi Klasik**.

   a. Uji normalitas



   b. Uji Multikolinearitas

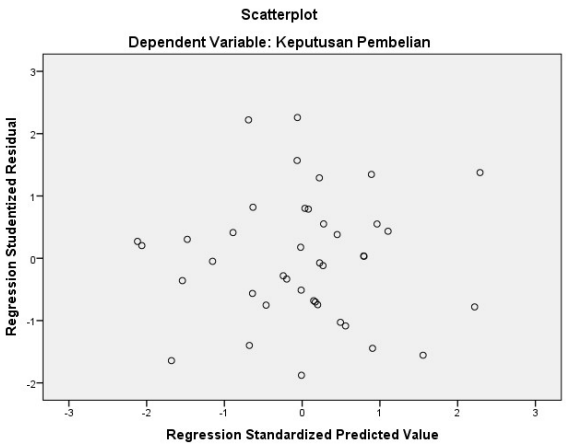
Variabel	VIF

Lokasi (X1)	1,421
Harga (X2)	1,518
Kualitas produk (x3)	1,383

c. Uji auto korelasi

Model	Durbin Watson
1	1,950

d. Uji hetrerokdisitas.



2. **Analisis Regresi linear berganda.**

Berdasarkan hasil analisis data dari tabel 4.13 diatas, maka dapat dibuat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

Y = a + β1 . X1 + β2 . X2 + β3 . X3 + e

= 0,468 + 0,348 X1 + 0,236 X2 + 0,401X3

3. **Koefisien Determinasi.**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.712[a]	.507	.491	1.950

4. **Uji Hipotesis.**

a. Uji T

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	,468	2,193		.213	.832
	Lokasi	.348	.092	.324	3,796	.000
	Harga	.236	.093	.224	2.532	.013
	Kualitas produk	.401	.100	.337	3.992	.000

b. Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	638,496	3	212,832	32,883	.000[b]
	Residual	621,344	96	6,472		
	Total	1259,842	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
b. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga dan Kualitas Produk
Sumber: data primer diolah 2015

D. Kesimpulan.

Berdasarkan analisis secara Persiaal, ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa :

1. Lokasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri tahun 2015, artinya jika lokasi yang ditetapkan bersaing, maka akan

berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda pada Sumber Agung Motor

2. Harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri tahun 2015, artinya jika terjadi peningkatan harga maka akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda pada Sumber Agung Motor
3. Kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri angkatan 2015, artinya jika terjadi peningkatan kualitas produk maka akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda pada Sumber Agung Motor
4. Berdasarkan analisis secara simultan membuktikan bahwa variable lokasi, harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian.

IV. **Daftar Pustaka**.

Arikunto Suharsimi, 2000, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta.

Arikunto suharsimi, 2002, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta

Asshiddieq, mudiantono, 2012, *Analisis Pengaruh Harga Desain Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian* (Studi Kasus Pada Produk Crooz di Distro Ultraa Store Semarang)

Bilson simamora, 2003. *Paduan Riset Perilaku Konsumen,* Jakarta : PT. Ramedia Pustaka Utama.

Dharmesta, Basu Swastha, 2002. *Azas – Azas Marketing*, Yogyakarta : Liberty

Ghozali, Imam, 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss,* semarang: Universitas Diponegoro

Hamidah, Anita.2013. *Analisis Presepsi Citra Merek, Desain, Fitur Dan Pengaruhnya Terhadap Pembelian Produk Handphone Samsung Berbasis Androin (Studi Kasus STIE Pelita Indonesia)*

Irwan. 2001. Pemasaran : *Prinsip dan Kasus Edisi 2.* Yogyakarta : DKK BPFE

Jonathan Sarwono, 2005, *Teori Dan Produk Riset Pemasaran Dengan* SPSS, Yogyakarata:Andi

Kotler & Amstrong, 2004, *Prinsip – Prinsip Marketing Edisi 7*, Jakarta : Salemba Empat.

Kotler Philip dan Amstrong, 2001, *Prinsip-Prinsip Manajemen*, Jilid 1 Edisi Kedelapan, Alih Bahasa Oleh

Damos Sihombing, MBA, Jakarta : Penerbit Erlangga,

Kotler, amstrong. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran 1*. Edisi keduabelas. Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip & Keller, K.L, 2009. *Manajemen pemasaran jilid I*. edisi ketigabelas, Jakarta:Erlangga

Kotler, philip, 2005, *Manajemen Pemasaran*, jilid 1 & 2, Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia

Kotler, Philip. 1995. *Dasar – dasar Pemasaran.* Jakarta : Pernhallindo.

Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. edisi kesebelas, Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.

Maneking, lumanauw, 2015, *Analisis Strategi Harga, Diferensiasi Produk, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT. Colombia Perdana Manado*

Moelong, Lexy, 2006, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Nitrisusantro, mulyadi. 2012. *Perilaku Konsumen Dalam Prespektif*

Kewirausahaan . Yogyakarta : alfabeta

Rangkuti, Freddy, 1997, *Riset Pemasaran*, jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Saidani, Rachman, Rizan, 2013, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas di Wilayah Jakarta Timur.*

Simamora, henry . 2003. *Manajemen Sumberdaya Manusia*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: STIE YKPN

Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif,* Bandung: Alfabeta

Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*, Bandung: Alfabeta

Sugiyono, 2011, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta

Sugiyono, 2012, *Memahami Penelitian Kuantitatif,* Bandung: Alfabeta

Sutisna, 2001*, perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran* , penerbit PT. Remaja Rosdakarya, Bandung Cetakan I.

swastha, irawa, 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty

Tjiptono, 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi kedua. Yogyakarta: Andi

Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra, Dadi Ardiana. 2008. *Pemasaran Strategik.* Yogyakarta: ANDI OFFSET

_____ 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset