

**PENGARUH HARGA, PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOWROOM DIRGANTARA
MOTOR TRIDAYA SAKTI TAMBUN**

***THE INFLUENCE OF PRICE, PRODUCT, AND PROMOTION
ON PURCHASE DECISIONS AT DIRGANTARA MOTOR
TRIDAYA SAKTI TAMBUN SHOWROOM***

Oleh:

Desi Puspitasari

NIM: 61201021008595

SKRIPSI



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
2025**

**PENGARUH HARGA, PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOWROOM DIRGANTARA
MOTOR TRIDAYA SAKTI TAMBUN**

***THE INFLUENCE OF PRICE, PRODUCT, AND PROMOTION
ON PURCHASE DECISIONS AT DIRGANTARA MOTOR
TRIDAYA SAKTI TAMBUN SHOWROOM***

Oleh:

DESI PUSPITASARI

NIM: 61201021008595

SKRIPSI

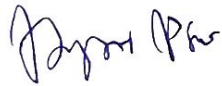
Telah disahkan dan disetujui pada:

Tempat : Depok

Tanggal : 29 Juni 2025

Dosen Pembimbing

Ketua Jurusan



Dr. Dyah Purwaningsih, S.Si., MM
NUPTK: 1440745646230083

Drs. Henky Hendrawan, MM., MSi.
NUPTK: 7048743644130093

Mengetahui,

**Ketua Sekolah
Tinggi Ilmu Ekonomi Gici**

Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S
NUPTK: 2017065701

**PENGARUH HARGA, PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOWROOM DIRGANTARA
MOTOR TRIDAYA SAKTI TAMBUN**

***THE INFLUENCE OF PRICE, PRODUCT, AND PROMOTION
ON PURCHASE DECISIONS AT DIRGANTARA MOTOR
TRIDAYA SAKTI TAMBUN SHOWROOM***

Oleh
DESI PUSPITASARI
61201021008595

SKRIPSI

Telah diujikan pada :

Tempat : Depok
Tanggal : 15 Juli 2025

Ketua Penguji



Drs. Henky Hendrawan, MM., MSi
NUPTK: 7048743644130093

Anggota Penguji



Ina Sawitri, S.Si, MM
NUPTK: 8353745646230073

Mengetahui.

Ketua Jurusan Manajemen



Drs. Henky Hendrawan, MM., MSi
NUPTK: 7048743644130093

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Desi Puspitasari

Nim : 61201021008595

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Showroom Dirgantara Motor di Tridaya Sakti Tambun

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil penelitian dan penulisan skripsi saya adalah murni hasil pemikiran saya yang dikuatkan adanya cek plagiasi sesuai dengan aturan yang berlaku di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
2. Hasil penelitian dan penulisan skripsi saya ini, dengan ini dialihkan hak nya kepada Sekolah Tinggi Ilmu ekonomi GICI.
3. Penulisan hasil penelitian ini (skripsi) telah mengikuti kaidah-kaidah yang berlaku di Lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
4. Apabila dikemudian hari, bahwa hasil penelitian ini dan penulisan skripsi ini mempunyai kesamaan atau terdapat unsur penciplakan terhadap karya ilmiah orang lain maka dengan ini saya siap menerima sanksi berupa:
 - a. Pencabutan gelar kesarjanaan saya yang telah saya terima.
 - b. Pencabutan ijasah saya sesuai dengan aturan atau undang-undang yang berlaku.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Depok, 08 Maret 2025



Desi Puspitasari
NIM61201021008595

ABSTRAK

NAMA : DESI PUSPITASARI.

NIM : 61201021008595.

**Judul Penelitian : Pengaruh Harga, Produk dan Promosi Terhadap
Keputusan Pembelian di Showroom Dirgantara Motor
Tambun.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen di showroom mobil bekas Dirgantara Motor. Latar belakang dari penelitian ini adalah persaingan yang semakin ketat dalam industri otomotif, khususnya pada penjualan mobil bekas, sehingga perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel harga, produk dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 70%. Hal ini mengindikasikan bahwa 70% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh harga, produk dan promosi, sedangkan sisanya 30% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel harga, produk dan promosi secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil analisis yaitu nilai $F_{hitung} (44,606) > F_{tabel} (2,790)$. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel harga menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (3,927)$, variabel produk menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (3,015)$, variabel promosi menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (3,357)$ maka secara parsial ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Showroom Dirgantara Motor Tambun. Variabel yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian di Showroom Dirgantara Motor adalah harga.

Kata Kunci : Harga, Produk, Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

NAME : DESI PUSPITASARI

NIM : 61201021008595.

Thesis Title : *The Influence of Price, Product, and Promotion on Purchasing Decisions at Dirgantara Motor Showroom Tambun.*

This study aims to determine the influence of price, product, and promotion on consumer purchasing decisions at the Dirgantara Motor used car showroom in Tambun. The background of this research is the increasingly fierce competition in the automotive industry, particularly in the used car sales sector. Therefore, companies need to understand the factors that influence consumer decisions to make a purchase. The results of the regression analysis show that the variables of price, product, and promotion have a significant effect on purchasing decisions, with a coefficient of determination of 70%. This indicates that 70% of the variation in purchasing decisions can be explained by these three variables, while the remaining 30% is influenced by other factors not examined in this study. The F_{test} results indicate that price, product, and promotion simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions, with an F_{count} 44.606 greater than the F_{table} value F_{table} 2.790. The t_{test} results also show that each variable individually has a positive and significant effect on purchasing decisions: price t_{count} 3.927, product t_{count} 3.015, and promotion t_{count} 3.357. Among these variables, price is the most dominant factor influencing consumer purchasing decisions at the Dirgantara Motor showroom.

Keywords: Price, Product, Promotion, Purchasing Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan serta penyusunan skripsi ini tepat pada waktu. Shalawat serta salam tak lupa penulis haturkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad saw, dengan harapan kita semua memperoleh syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian yang berjudul Pengaruh Harga, Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Showroom Dirgantara Motor Tridaya Sakti Tambun ini disusun sebagai satu syarat untuk mengikuti ujian dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici.

Dalam penyusunan proposal skripsi ini penulis mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis ingin menyampaikan apresiasi kepada:

1. Mildy Rifai'I, S.E, selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok, atas dedikasi dan upaya dalam mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici ini dengan baik.
2. Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici yang telah mengelola kampus dengan profesional dan penuh komitmen.
3. Drs. Henky Hendrawan, MM., MSi. selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici, atas usahanya dalam memajukan program studi ini hingga berhasil meraih Akreditasi B.
4. Dr. Dyah Purwaningsih, S.Si., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan sejak awal hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Pemilik Showroom Dirgantara Motor karena telah memberi izin saya untuk dapat melakukan penelitian di Showroom Dirgantara Motor.
6. Bapak Agus Purwanto, suami tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi penuh dalam setiap tahap penyusunan skripsi ini.

7. Teruntuk anak-anak saya: Gandung, Shalika, dan Dirga yang telah memberikan support dan doa, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh perjuangan.
8. Ibunda Sukarmi, yang selalu memberikan doa serta dorongan moral penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan skripsi ini dengan baik.
9. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Gici khususnya di Jurusan Manajemen yang dengan penuh ketekunan dan dedikasi tinggi telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.
10. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2021 yang telah berjuang dalam menjalani perkuliahan dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh semangat.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan dan dukungan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapat balasan yang berlipat ganda.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan dan Kesehatan.

Depok, 08 Maret 2025

DESI PUSPITASARI
NIM 61201021008595

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN DAN PERSETUJUAN	ii
LEMBAR SIDANG	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang	2
2.1 Identifikasi Masalah	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Rumusan Masalah	4
1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.5.1 Maksud Penelitian.....	5
1.5.2 Tujuan penelitian.....	5
1.6 Sistematika Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	9
1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
2. Tugas Manajemen pemasaran	9
2.1.2 Harga	9
1. Pengertian Harga	9
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga	9
3. Indikator Harga	10

2.1.3 Produk	11
1. Pengertian Produk	11
2. Daur Hidup Produk	12
3. Indikator Produk.....	12
2.1.4 Promosi.....	13
1. Pengertian Promosi.....	13
2. Tujuan Promosi	13
3. Indikator Promosi.....	14
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	15
1. Pengertian Keputusan pembelian	15
2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	15
3. Indikator Keputusan Pembelian	16
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Konseptual.....	20
2.4 Hipotesis	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	24
3.1 Desain Dan Jenis Penelitian.....	24
3.1.1 Desain Penelitian.....	24
3.1.2 Jenis Penelitian	24
3.2 Objek, Jadwal, Dan Lokasi Penelitian.....	24
3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian	25
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	25
3.4.1 Populasi	25
3.4.2 Sampel.....	26
3.5 Operasional Variabel.....	27
3.5.1 Variabel Bebas	27
1. Harga (X1).....	27
2. Produk (X2).....	28
3. Promosi (X ₃)	28
3.5.2 Variabel Terikat	29
1. Keputusan Pembelian	29
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	32

3.7 Metode Pengolahan/Analisis Data	32
3.7.1 Skala Angka Penafsiran.....	33
3.7.2 Persamaan Regresi	34
3.7.3 Uji Kualitas Data.....	35
1. Uji Validitas.....	35
2. Uji Reabilitas.....	36
3.7.4 Uji Asumsi Klasik	37
1. Uji Normalitas	37
2. Uji Heteroskedastisitas	38
3. Uji Multikolinieritas	38
3.7.5 Uji Hipotesis	39
1. Uji Simultan (Uji F)	39
2. Koefisien Determinasi (R^2)	40
3. Uji Parsial (Uji t).....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Hasil Penelitian	42
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	42
4.1.2 Struktur Organisasi Showroom Dirgantara Motor.....	43
1. Struktur Organisasi.....	43
2. Visi dan Misi	43
4.1.3 Kondisi Fakta Variabel yang Diteliti/Deskripsi Karakteristik Responden	43
4.1.4 Tanggapan Responden.....	46
1. Harga (X_1).....	46
2. Produk (X_2).....	49
3. Promosi (X_3)	51
4. Keputusan Pembelian (Y).....	54
4.1.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	57
1. Uji validitas.....	57
2. Uji Reliabilitas	59
4.1.6 Hasil Uji Asumsi Klasik	60
1. Uji Normalitas	60

2. Uji Multikolinieritas	61
3. Uji heteroskedastisitas	62
4.1.7 Hasil Uji Hipotesis	63
1. Persamaan Regresi Linier Berganda	63
2. Hasil Uji F (Uji Simultan)	64
3. Koefisien Determinasi	65
4. Hasil Uji t (Uji Parsial)	65
5. Pengaruh Dominan	66
4.2. Pembahasan dan Interpretasi Hasil Penelitian	67
4.2.1 Pembahasan hasil Penelitian.....	67
4.2.2 Interpretasi Hasil Penelitian.....	69
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1 Simpulan	71
5.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penjualan Mobil Bekas di Showroom Dirgantara Motor 2023-2024.....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian	25
Tabel 3. 2 Operasional penelitian.....	31
Tabel 3. 3 Angka Penafsiran	34
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	44
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Atas variabel Harga	46
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Atas Variabel Produk	49
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Atas Variabel Promosi.....	51
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Atas Variabel Keputusan Pembelian.....	54
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	57
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Produk	58
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	58
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	59
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reabilitas	60
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance dan VIF)	61
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Berganda	63
Tabel 4. 13 Hasil Uji F	64
Tabel 4. 14 Koefisien Determinasi Model Summary	65
Tabel 4. 15 Hasil Uji t (Uji Parsial).....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	22
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Showroom Dirgantara Motor	43
Gambar 4. 2 Hasil Normalitas	61
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Pendekatan Grafik	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	76
Lampiran 2. Hasil Bukti Pengisian Kuisisioner	81
Lampiran 3. Tabulasi Data	82
Lampiran 4. Hasil Output SPSS	83
Lampiran 5. Tabel r, F dan t	92
Lampiran 6. Surat Observasi Penelitian.....	101
Lampiran 7. Surat Keterangan Perusahaan	102
Lampiran 8. Kartu Bimbingan.....	103
Lampiran 9. Hasil Turnitin	104
Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup	105