

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA
MOTOR SUZUKI DI KOTA SEMARANG**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk menyelesaikan program Sarjana (S1)

Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika Dan Bisnis

Disusun Oleh :

Bagus Yudo Septyawan

12010110141039

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2016

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA
MOTOR SUZUKI DI KOTA SEMARANG**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk menyelesaikan program Sarjana (S1)

Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika Dan Bisnis

Disusun Oleh :

Bagus Yudo Septyawan

12010110141039

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2016



UNIVERSITAS DIPONEGORO

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Bagus Yudo Septyawan
Nomor Induk Mahasiswa :120101110141039
Fakultas/Jurusan :Ekonomi/Manajemen
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR SUZUKI DI KOTA SEMARANG**
Dosen Pembimbing :Rizal Hari Magnadi, SE,MM

Semarang, 9 Juni 2016

Dosen Pembimbing

(Rizal Hari Magnadi, SE,MM)

NIP198404302009121006



UNIVERSITAS DIPONEGORO

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Bagus Yudo Septyawan

Nomor Induk Mahasiswa : 1201010110141039

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR SUZUKI DI KOTA SEMARANG**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 6 Desember 2016

Tim Penguji :

1. Rizal Hari Magnadi, SE,MM (.....)

2. Drs. Mudiantono, Msc (.....)

3. Imroatul Khasanah SE,MM (.....)



UNIVERSITAS DIPONEGORO

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Bagus Yudo Septyawan

NIM : 12010110141039

Judul Skripsi : “Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan pembelian Sepeda Motor Suzuki di Kota Semarang.

Dengan ini, menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulis Skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli dari saya sendiri, baik dari naskah Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki di Kota Semarang adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak dapat keseluruhan atau rangkaian kalimat yang menggunakan pendapat atau pemikiran dari bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Hormat saya

Bagus Yudo Septyawan



UNIVERSITAS DIPONEGORO

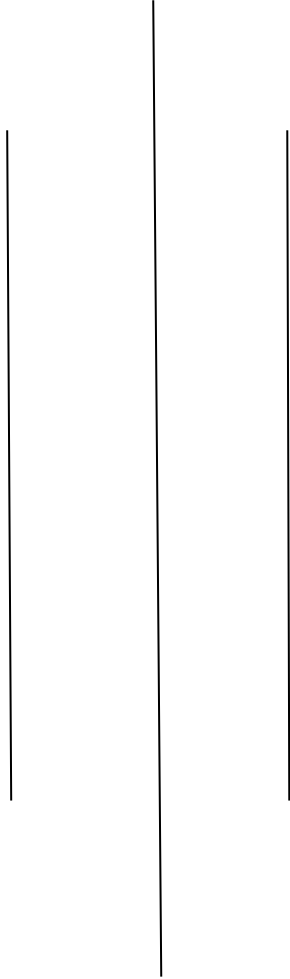
MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ Bersabar Dalam Menghadapi Rintangan, Tekun dan Pantang Menyerah”

“Belajar tentang Prioritas Hidup”

“Belajar Sabar dalam Menjalani Kehidupan”

“Mengucapkan Puji Syukur karena diberikan kedua orang tua yang teramat mengerti dan memahami beratnya Penyelesaian Skripsi”



“Skripsi ini kupersembahkan untuk Bapak,Ibu, Adik – adikku yang tercinta serta orang – orang yang menyayangiku”



UNIVERSITAS DIPONEGORO

ABSTRACT

This research is motivated by motorcycle sales, which more and more, that there is in the city of Semarang with many popping latest motorcycle that declined in 2015. Suzuki Motorcycle Sales decreased in 2015. In addition Motorcycles Suzuki has competitors like brand Yamaha, Honda, and Kawasaki. The purpose of this study was to determine the effect of price perception, Quality Products and Quality Service to Purchase Decision Suzuki Motorcycles in Semarang City.

In this study were collected through a questionnaire distributed in the city of Semarang obtained by the method of non-probability samples and purposive sampling. Analysis of data obtained both qualitatively and quantitatively. Mechanical test data used in this study include testing instrument (Validity, reliability test, test heterokedastisitas), regression analysis, Test Goodness of fit, coefficient of determination (R²), Feasibility Model (Test F), Test of Effect Causality (t test).

Data - data that has met the validity, reliability, and classical assumption processed with SPSS for Windows 20, resulting in a regression equation as follows:

$$Y = 0.240 X_1 + 0.589 X_2 + 0.376 X_3$$

Where hypothesis testing using t test shows that the third independent variable is the price (X₁), product quality (X₂), and quality of service (X₃) significant positive effect on the purchase decision (Y).

Keywords: price perception, product quality, service quality, purchasing decisions



UNIVERSITAS DIPONEGORO

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penjualan sepeda motor, yang semakin banyak, yang ada di wilayah kota Semarang dengan banyaknya bermunculan sepeda motor terbaru yang mengalami penurunan pada tahun 2015. Penjualan Sepeda Motor Suzuki mengalami penurunan pada tahun 2015. Disamping itu, Sepeda motor Suzuki memiliki pesaing seperti merek Yamaha, Honda, dan Kawasaki. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki di Kota Semarang.

Dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner pada di wilayah kota Semarang yang diperoleh dengan metode non probabilitas sampel dan purposive sampling. Analisis data yang diperoleh baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Teknik Pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji instrumen (Uji Validitas, Uji reliabilitas, uji heterokedastisitas), analisis regresi, Uji Goodness of fit, koefisien determinasi (R^2), Uji Kelayakan Model (Uji F), Uji Pengaruh Kausalitas (Uji t).

Data – data yang telah memenuhi uji validitas, uji realibilitas, dan uji asumsi klasik diolah dengan program SPSS for Windows 20, sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,240 X_1 + 0,589 X_2 + 0,376 X_3$$

Dimana pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yaitu persepsi harga (X_1), kualitas produk (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Kata kunci : persepsi harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, keputusan pembelian



UNIVERSITAS DIPONEGORO

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Studi kasus di Kota Semarang", Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana pendidikan bagi mahasiswa program S1 pada program studi Mata Kuliah Manajemen jurusan Manajemen Pemasaran di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan.

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan materi secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini, terutama kepada yang saya hormati :

1. Bapak Dr. Suharnomo, SE., M.Si.selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
2. Bapak Anis Chariri, SE, M.Com., Ph.D, Akt selaku Pembantu Dekan I Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
3. Bapak Rizal Hari Magnadi, SE, MM selaku Dosen Pembimbing atas segala bimbingan, arahan serta saran yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Bapak Mirwan Surya Perdhana, SE, MM,Ph.D selaku Dosen Wali yang telah membantu penulis dalam mengikuti dan menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro

5. Seluruh staf pengajar Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
6. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dan perhatian yang telah membesarkan saya penuh dengan kesabaran luar biasa dalam setiap langkah hidupku yang memberikan anugerah dalam kehidupan atas rasa cinta, kasih dan sayang selama perkuliahan ini.
7. Teman – teman satu dosen wali selama berada di Fakultas Ekonomika dan Bisnis di Universitas Diponegoro dengan ini saya mengucapkan terima kasih atas saran, diskusi, bimbingan dan kerjasamanya.
8. Teman – teman KKN Welahan Jepara Badra, Firaz, Taufik, Tiya, dan Yonathan yang mendukung dan memberikan perhatian kepada penulis.
9. Seluruh teman – teman penulis Jurusan Manajemen Angkatan 2010 yang tidak dapat disebutkan satu persatu, mengucapkan terima kasih atas perhatiannya dan pertemanannya selama ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang tulus ikhlas memberikan doa, dukungan dan motivasi, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Dalam penulisan skripsi ini menyadari bahwa masih banyak kekurangan, serta keterbatasan penulis dalam membuat penyusunan skripsi. Karena itu, penulis memohon saran dan kritik yang membangun sehingga dapat bermanfaat dalam kemajuan pendidikan bagi penulis dan pembaca.

Semarang, 23 September 2015

Penulis,

Bagus Yudo Septyawan



UNIVERSITAS DIPONEGORO

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iiv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang Masalah	1
1.2.Rumusan Masalah	7
1.3.Tujuan Penelitian	8
1.4.Kegunaan Penelitian	8
1.4.1 Secara Teoritis	8
1.4.2. Secara Praktis.....	8
1.5. Sistematika Penulisan	9

BAB II TELAAH PUSTAKA

2.1.1. Landasan Teori.....	10
2.1.1.1 Keputusan Pembelian.....	10
2.1.1.2 Faktor – Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	12
2.2.2 Hubungan Antara Variabel	
2.2.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	14
2.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	14
2.2.3Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	15
2.2.3 Peneliti Terdahulu.....	15
2.2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	17
2.2.5 Hipotesis.....	18

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	19
3.1.1 Variabel Penelitian.....	19
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	20
3.2 Populasi dan Sensus.....	22
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	24
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	24
3.5 Metode Analisis.....	25
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	25
3.5.2 Analisis Kuantitatif.....	26

3.5.3 Uji instrumen.....	27
3.5.3.1 Uji Validitas.....	27
3.5.3.2 Uji Reliabilitas.....	27
3.5.4 Uji asumsi klasik.....	28
3.5.4.1 Uji Multikolinieritas.....	28
3.5.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	28
3.5.4.3 Uji Normalitas.....	29
3.5.5 Analisis Regresi linear Berganda.....	29
3.5.6 Uji Goodness of Fit.....	30
3.5.7 Koefisien Determinasi (R^2).....	31
3.5.8 Uji Kelayakan Model (Uji F).....	31
3.5.9 Uji Pengaruh Kausalitas (Uji T).....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	33
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	33
4.1.2 Gambaran Umum Produk.....	34
4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	35
4.2.1 Gambaran Umum Responden.....	36
4.2.1.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Umur.....	36
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	37

4.3 Analisis Data.....	38
4.3.1 Uji Reliabilitas.....	39
4.3.2 Uji Validitas.....	40
4.3.3 Analisis Angka Indeks Jawaban Responden per Variabel.....	45
4.3.3.1 Analisis Angka Indeks Jawaban Responden Tentang Persepsi Harga.	46
4.3.3.2 Analisis Angka Indeks Jawaban Responden Tentang Kualitas Produk.....	48
4.3.3.3 Analisis Angka Indeks Jawaban Responden Tentang Kualitas Pelayanan.....	50
4.3.3.4 Analisis Jawaban Responden Tentang Keputusan Pembelian...	52
4.3.4 Uji Asumsi Klasik.....	54
4.3.4.1 Uji Multikolinieritas.....	54
4.3.4.2 Uji Heterokedastisitas.....	55
4.3.4.3 Uji Normalitas.....	56
4.3.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
4.3.6 Uji <i>Goodness of fit</i>	60
4.3.6.1 Uji Koefisien Determinasi.....	61
4.3.6.2 Uji F.....	62
4.3.6.3 Uji t.....	63

4.3.7 Pembahasan.....	64
4.3.7.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	64
4.3.7.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian...	64
4.3.7.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian..	65
BAB V PENUTUP.....	66
5.1 Simpulan.....	66
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	68
5.3 Saran.....	69
5.4 Saran penelitian yang akan datang.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	72



UNIVERSITAS DIPONEGORO

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Tabel Data Penjualan Semua merek Sepeda Motor 2013 - 2015.....	5
Tabel 1.2 Tabel Penjualan Semua Merk Sepeda Motor di Indonesia tahun 2013 – 2015..	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional.....	20
Tabel 4.1 Jumlah Responden Menurut Umur.....	36
Tabel 4.2 Jumlah Responden Menurut Jenis Pekerjaan.....	37
Tabel 4.3 Nilai Cronbach's Alpha.....	38
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	39
Tabel 4.5 Pengujian Validitas Keputusan Pembelian.....	41
Tabel 4.6 Pengujian Validitas Persepsi Harga.....	42
Tabel 4.7 Pengujian Validitas Kualitas Produk.....	43
Tabel 4.8 Pengujian Validitas Kualitas Pelayanan.....	44
Tabel 4.9 Hasil Tanggapan Responden Mengenai X1 (Persepsi Harga).....	46
Tabel 4.10 Deskripsi Indeks Harga.....	47
Tabel 4.11 Hasil Tanggapan Responden Mengenai X2 (Kualitas Produk).....	48
Tabel 4.12 Deskripsi Indeks Kualitas Produk.....	49
Tabel 4.13 Hasil Tanggapan Responden Mengenai X3 (Kualitas Pelayanan).....	50
Tabel 4.14 Deskripsi Indeks Kualitas Pelayanan.....	51
Tabel 4.15 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Y (Keputusan Pembelian).....	52

Tabel 4.16 Deskripsi Indeks Keputusan Pembelian.....	53
Tabel 4.17 Pengukuran Multikolinieritas.....	54
Tabel 4.18 Persamaan Regresi Linier Berganda.....	59
Tabel 4.19 Koefisien Determinasi (R^2).....	61
Tabel 4.20 Hasil Uji F.....	62
Tabel 4.21 Hasil Uji T.....	63



UNIVERSITAS DIPONEGORO

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	17
Gambar 4.1 Hasil Heterokedastisitas.....	56
Gambar 4.2 Uji Normalitas.....	57
Gambar 4.3 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov.....	58



UNIVERSITAS DIPONEGORO

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki dikota Semarang. Pada Zaman Era Globalisasi sekarang ini, dalam menghadapi persaingan penjualan merek sepeda motor yang sudah dipercaya kepada konsumen, berupa produk Honda, Yamaha, Suzuki, dan Kawasaki yang diminati sesuai keinginan pelanggan, dalam memilih produk berdasarkan kualitasnya pada suatu merek yang ingin dipilih konsumen sebagai alat transportasi kebutuhan sehari – hari konsumen, sehingga memudahkan konsumen dalam bepergian, traveling, berkunjung ke tempat rekreasi dan lain – lainnya.

Dalam sebuah perusahaan PT. Suzuki Motor Indonesia meluncurkan merek – merek varian terbaru kepada konsumen pengguna sepeda motor, mulai dari berbagai bentuk merek produk berupa Suzuki Nex-Fi (Matic), Suzuki Adress 110(Matic), Suzuki Smash 115 Fi (sepeda motor bebek low – end), Suzuki Satria F115(sepeda motor bebek low-end), Suzuki Shogun Axelo 125 R (sepeda Motor Hyper – Injection), Suzuki Thunder 125, Suzuki Satria F-150 (Sepeda Motor Hyper – Underbone). Dari Kategori merek produk diatas perusahaan tersebut memperluas produk yang akan dipasarkan dan diperkenalkan kepada Masyarakat. Kualitas produk mempunyai peranan penting, karena kualitas merupakan salah satu faktor penting pada keseluruhan karakteristik produk yang dapat memuaskan kebutuhan. Berbeda dengan produk sebagai sesuatu yang dibuat pabrik, merek dipercaya sebagai pendorong konsumen memilih suatu produk, karena merek juga bukan hanya apa yang tercetak didalam suatu produk, melainkan merek termasuk sebagai alat pemikat didalam hati konsumen.

Dilihat dari persepsi harga cenderung bersifat ekonomis, sehingga bisa dijangkau oleh semua kalangan anak muda, mahasiswa, pekerja kantor, dan orang tua. Perusahaan sepeda motor Suzuki yang mempunyai strategi, mulai dari kredit hingga sampai dengan potongan harga. Hal tersebut, menarik perhatian masyarakat yang berniat membeli produk suzuki. Dalam persaingan sekarang ini, Sebuah perusahaan menawarkan produk atau mempunyai nilai lebih pada merek suatu produk, sehingga dapat bersaing dengan produk kompetitor pesaing lainnya.

Dari segi kualitas produk sepeda motor Suzuki tidak kalah bersaing dengan produk pesaing lainnya dalam memasarkan produk kepada pembeli yang tertarik kepada produk yang dipasarkan kepada masyarakat tersebut. Dilihat dari segi desain produk memperkenalkan Suzuki Nex – Fi yang menggunakan teknologi Full injection sebagai matic andalan Suzuki yang mempertahankan bentuknya yang sporty, stylish, super irit, lincah, biaya perawatan lebih murah, dan mudah terjangkau.

Dari segi kualitas pelayanan sepeda motor Suzuki mempunyai fasilitas dan ruang tunggu yang nyaman maupun pelayanan service sepeda motor, baik dari segi pelayanan dalam melayani konsumen dengan ramah kepada konsumen yang ingin membeli produk.

Dilihat dari fitur dan desain produk memperkenalkan Suzuki Address 110 sebagai merek skutik varian terbaru yang mempunyai keunggulan penyimpanan bagasi yang sangat besar dapat menampung banyak barang dan penyimpanan helm Full-face didalam bagasi tersebut saat menempuh perjalanan jauh. Produk tersebut mampu menyaingi kompetitor produk lainnya. Disamping itu, Desain skutik lebih atraktif, berinovasi dan futuristik, serta didukung teknologi Fuel – injection yang ramah lingkungan, sistem bahan bakar jauh lebih irit, efisien, dan suara lebih halus dalam memberikan kenyamanan berkendara disiang hari maupun malam hari.

Kemudian, Pabrik Suzuki juga memperkenalkan Suzuki Satria F-115 yang mempunyai julukan Young Star atau Bintang muda yang bermesin SOHC 115cc Fuel injection, selain itu, ada merek dari Suzuki Smash 115 Fi sebagai merek varian sepeda motor bebek yang berteknologi injection, irit bahan bakar, lebih efisien yang mengalami perubahan desain dari produk sebelumnya. Selanjutnya, pada merek produk Suzuki Shogun Axelo 125 RR mempunyai desain yang elegan, terlihat agresif, performa mesin yang bertenaga, irit bensin, tangguh, terutama pada jarak tempuh yang panjang.

Dan seiring perkembangan waktu pada tahun 2015, Pabrik PT. Suzuki Motor Indonesia Pusat meluncurkan merek produk Suzuki Satria F-150 yang mempunyai mesin kapasitas 150cc berteknologi Fuel Injection, dengan sistem Double Over Head Chamsaft yang membekali shutter key, serta dilengkapi fitur Remote Engine yang mengoperasikan bunyi Alarm system pengamanan yang berfungsi untuk melindungi kunci kontak yang dibuka ke posisi On dengan cara memberikan tanda lampu sign yang berkedip dan alarm yang berbunyi. Dengan fungsi ini, pengguna untuk mematikan mesin motor secara total dari kondisi mesin menyala dengan menggunakan remote control dari jarak jauh. Motor bebek ini memang idaman tiap lelaki, karena mempunyai performa yang lebih baik, dan juga mampu menyaingi penjualan Yamaha Jupiter MX King 150 dan produk Honda Sonic 150 yang kini banyak diminati masyarakat.

Sehingga, Konsumen mendapat Keuntungan yaitu keamanan ekstra untuk pengguna motor tanpa melakukan perubahan berat yang berpotensi mengurangi kejadian pencurian motor dan pemilikpun lebih tenang meninggalkan motornya untuk melakukan aktivitas lain. Di beberapa kota, sudah terdapat klub motor suzuki satria yang dikendarai oleh para penggemarnya yang bertujuan mempererat persaudaraan sesama pengendara motor.

Pada Tahun ini, Kualitas produk pangsa pasar sepeda motor masih dikuasai oleh Honda. Suzuki sebagai pesaing honda, secara umum merek suzuki terus berkembang untuk mengikuti permintaan keinginan konsumen yang diminati sesuai selera konsumen, baik dari segmen kualitas produk. Dilihat dari Kualitas pelayanan, Perusahaan Pabrik suzuki menyediakan pelayanan yang berkualitas dan terbaik bagi para konsumen. Strategi ini dilakukan untuk memudahkan bagi pelanggan jika terjadi kerusakan pada sepeda motornya dan memberikan jasa service yang lebih baik kepada pelanggan.

Dari segmen kualitas produk, Suzuki masih mempertahankan kualitas produknya dengan inovasi – inovasi baru yang dihadirkan, keunggulan desain dan promosi yang cukup baik, Misalnya Suzuki Satria F-150 merupakan motorsport mempunyai penampilan body yang ramping dan desain yang menarik konsumen dikalangan anak muda sekarang, yang menggunakan injeksi.

Dalam peluncuran merek produk Suzuki Satria F-150 ditahun sekarang, merek tersebut sangat menarik konsumen dan menjadi pesaing merek Yamaha, Honda, dan Kawasaki. Dalam persaingan sebuah perusahaan memberikan kualitas pelayanan yang maksimal kepada konsumen, baik dari pelayanan service, pembelian sparepart, dan kualitas pelayanan dalam memasarkan produk kepada pembeli atau konsumen. Semakin tinggi respon permintaan konsumen terhadap suatu pembelian, maka suatu nilai pada kualitas produk akan semakin lebih baik. Dalam kaitannya dengan kualitas pelayanan, semua pihak yang bergerak dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, harus menyadari bahwa keberadaan konsumen yang setia merupakan pendorong untuk kesuksesan perusahaan.

Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaian komunikasi untuk memenuhi harapan pelanggan, Dalam kondisi persaingan yang ketat ini, yang harus diprioritaskan oleh perusahaan ialah Kepuasan konsumen agar dapat bertahan untuk bersaing pada mekanisme pasar sekarang ini.

PT Suzuki Motor Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penjualan Motor Suzuki dan pelayanan jasa service, dimana dalam kegiatan sehari – harinya adalah melayani kebutuhan konsumen yang diperlukan dalam memenuhi kebutuhan barang dan jasa, baik melalui pemesanan barang pada customer service sesuai dengan permintaan yang diinginkan konsumen. Dalam persaingan dengan kompetitor lain, perusahaan tersebut meningkatkan kualitas pelayanan, yang meliputi bukti fisik, tanggapan konsumen, dan jaminan.

Dalam penjualan sepeda motor suzuki pada tahun 2015 mengalami penurunan dalam persaingan penjualan merek sepeda motor lainnya, terutama pada penjualan sepeda motor suzuki satria F-150 yang banyak diminati kalangan anak muda yang mempunyai daya tarik kuat dan tinggi bagi penggemar yang menyukainya. Suzuki Satria F-150 merupakan merek andalan dari suzuki yang mempunyai performa berkelas tinggi, sehingga Suzuki berusaha mempertahankan prestasi tersebut dan bertahan dari gempuran kompetitor pesaing lainnya. Ini akan menambah motivasi suatu perusahaan untuk lebih meningkatkan kualitas dan pelayanan strategi pemasaran disuatu perusahaan pada tahun 2015 yang akan bersaing dengan perusahaan Yamaha dan Honda, baik dari segi harga, kualitas, desain,dan promosi dalam suatu produk.

Dalam strategi pemasaran secara garis besar meningkatkan image suzuki dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen. Baik, memperluas penataan ruang pelayanan, memperluas ruang service, dan memperkenalkan merek produk – produk baru yang akan lebih dikenal masyarakat.

Persepsi Harga juga mempunyai peranan penting dalam menentukan salah satu pertimbangan penting dalam proses keputusan pembelian, dan kebanyakan konsumen mengevaluasi nilai kombinasi antara harga dan kualitas dalam keputusan pembelian.

Dari penelitian yang baru diamati tingkat penjualan sepeda motor suzuki mengalami penurunan pada tahun 2015 karena konsumen kurang tertarik pada desain sepeda motor suzuki, dan konsumen lebih tertarik pada produk Honda dan Yamaha. Dibawah ini ada beberapa data penjualan merek produk sepeda motor yang banyak digunakan konsumen di tanah air meliputi sebagai berikut :

Tabel 1.1

Data Penjualan Semua Merk Sepeda Motor di Indonesia tahun 2013 - 2015

Jenis Merek Produk	Tahun 2013	Tahun 2014	Tahun 2015
Honda	423.283 unit	174.249 unit	603.000 unit
Yamaha	221.044 unit	109.522 unit	158.000 unit
Suzuki	27.447 unit	55.616 unit	9.000 unit
Kawasaki	15.446 unit	2.854 unit	10.000 unit
Merek Lainnya	1.307 unit	2.344 unit	242.000 unit

Sumber : Sumber online Majalah SWA Blog, 2015

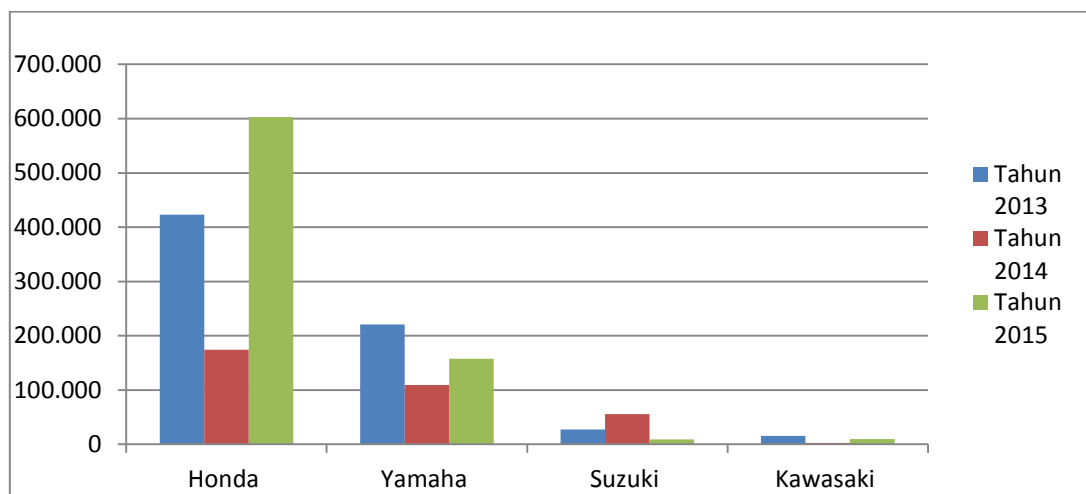
Dari data diatas dapat terlihat bahwa penjualan sepeda motor suzuki mengalami peningkatan sebesar 49,75% pada tahun 2014 dan mengalami penurunan kembali sebesar 77% pada tahun 2015. Melalui riset ini akan dianalisis mengenai pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor suzuki di kota Semarang. Ketertarikan pemilihan merek produk tersebut karena produk sepeda motor suzuki mengalami penurunan unit penjualan tiap bulannya, dalam beberapa tahun ini penjualan sepeda motor suzuki segmen matic kalah bersaing dengan produk Honda dan Yamaha yang telah mengalami peningkatan penjualan produk tiap bulannya dalam enam bulan terakhir.

New Suzuki Satria F-150 MotoGP dihadirkan di Indonesia bertepatan dengan kembalinya Pabrik utama Suzuki Team ke ajang balap motor paling bergengsi di dunia yaitu MotoGP musim balap 2015, Suzuki Motor Indonesia telah meluncurkan produk andalan dari perusahaan berupa Suzuki Satria F-150 MotoGP. Proses peluncuran produk tersebut bersamaan dengan digelarnya event Suzuki Indonesia Challenge.

Target penjualannya pun hanya terbatas yaitu Suzuki menargetkan penjualan 6.000 unit sepeda motor Suzuki Satria F-150 MotoGP pada tahun 2015 ini. Sepeda motor ini menawarkan spesifikasi menarik dilihat dari desain dan fitur keamanan berupa remote control jarak jauh berguna untuk melindungi keamanan sepeda motor. Dari penelitian yang diamati ada gambar grafik data penjualan semua merek sepeda motor di Indonesia pada tahun 2013 – 2015 meliputi dibawah ini :

Tabel 1.2

Tabel Penjualan Semua Merk Sepeda Motor di Indonesia pada tahun 2013 - 2015



sumber : majalah SWA dan data AISI, 2016

Dari data penjualan diatas menjelaskan jumlah penjualan merek produk Suzuki mengalami penurunan pada tahun 2015 dikarenakan adanya persaingan merek produk Honda dan Yamaha yang telah menguasai pasar konsumen dalam penjualan merek produk yang banyak diminati pelanggan terutama pada merek Honda yang mempunyai keunggulan dalam segi kategori matic yang bersistem PGM-Fi berfungsi menghemat bahan bakar dalam melakukan perjalanan jauh.

Untuk itu penulis tertarik membahas upaya peningkatan persepsi harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan uraian tersebut judul yang diajukan dalam penelitian ini adalah Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki di Kota Semarang

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjualan sepeda motor Suzuki yang mengalami peningkatan pada tahun 2014 dan mengalami penurunan kembali pada tahun 2015. Karena produk sepeda motor Suzuki mengalami penurunan unit penjualan tiap bulannya, dalam beberapa tahun ini penjualan sepeda motor Suzuki segmen matic kalah bersaing dengan produk Honda dan Yamaha yang telah mengalami peningkatan penjualan produk tiap bulannya dalam enam bulan terakhir. Dalam penjualannya, sepeda motor Suzuki masih kalah jauh dengan produk Honda, dan Yamaha.

Berdasarkan apa yang telah dijelaskan, maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan "Apakah Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Sepeda Motor Suzuki di Kota Semarang memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian dan latar belakang masalah dalam penelitian ini, maka dapat ditarik pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki di kota Semarang?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki di kota Semarang?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki di kota Semarang?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

A. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah "Melihat pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki di kota Semarang.

B. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini, meliputi dibawah ini :

1. Sebagai acuan dan bahan pustaka bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian dengan obyek yang sama dimasa yang akan datang
2. Sebagai salah satu sumber informasi perusahaan dalam membuat kebijakan memperluas kualitas pelayanan di suatu perusahaan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1. Secara Teoritis

Secara Teoritis hasil dan Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan perbandingan bagi peneliti yang akan datang memiliki relevansi dengan hasil penelitian ini.

1.4.2. Secara Praktis

1. Bagi Pihak Perusahaan

Bagi perusahaan diharapkan dari hasil penelitian dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi suatu perusahaan di masa yang akan datang terutama dibidang ilmu pengetahuan pemasaran khususnya dibidang Marketing.

2. Bagi Pihak Akademisi

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pembelajaran dan penerapan ilmu pengetahuan di bidang manajemen, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dari hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan acuan dan koreksi pada penelitian selanjutnya.

C. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan penjelasan tentang isi dari masing – masing bab yang disajikan secara singkat dan jelas dari keseluruhan bagian skripsi ini. Skripsi ini akan disajikan dalam Lima Bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

Bab I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

Bab II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang mendukung perumusan masalah penelitian, kutipan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan pengujian hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai jenis dan variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data serta metode pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil penelitian yang dibahas untuk menyampaikan jawaban atau masalah – masalah dalam penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan masalah, dan saran – saran.



UNIVERSITAS DIPONEGORO