

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA SCOOPY DI  
PT. ASTRA HONDA MOTOR (AHM)  
KOTA PALEMBANG**



**Diajukan Oleh:**

**R.RIO JULIANDI**

**2001110187**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS TRIDINANTI**


**2024**

**UNIVERSITAS TRIDINANTI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : RIO JULIANDI  
Nomor Pokok/NPM : 2001110187  
Jurusan/Prog. Studi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata 1  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap keputusan Pembelian Motor Honda Scoopy Pada PT. Astra Honda Motor (AHM) di Palembang

**Pembimbing Skripsi**


Tanggal <sup>27/09</sup> 2024 Pembimbing I :   
Baidowi Abdhie. S.E., M.P  
NIDN: 0210116101

Tanggal <sup>27/09</sup> 2024 Pembimbing II :   
Hj. Noviarni. S.E., M.Si  
NIDN: 0221116101


**Mengetahui :**

Dekan, <sup>30/10</sup> 2024  
Tanggal.....



  
Dr. Msy. Mikial., SE., M.Si., Ak., CA., CSRS  
NIDN : 0205026401

Ka. Prodi Manajemen,  
Tanggal <sup>30/10</sup> 2024.....

  
Mariyam Zanariah, SE., MM  
NIDN : 0222096301

073 /PS/DFEB/ 2024

UNIVERSITAS TRIDINANTI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : RIO JULIANDI  
Nomor Pokok/NPM : 2001110187  
Jurusan/Prog. Studi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata 1  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap keputusan Pembelian Motor Honda Scoopy Pada PT. Astra Honda Motor (AHM) di Palembang



Penguji Skripsi

Tanggal 27/09 - 2024 Ketua Penguji :   
Baidowi Abdhie, S.E., M.P  
NIDN: 0210116101

Tanggal 27/09 - 2024 Penguji I :   
Hj. Noviarni, S.E., M.Si  
NIDN: 0224116101

Tanggal 27/09 - 2024 Penguji II :   
Firdaus Sianipar., SE., MM  
NIDN: 0203066401

Megeahkan :

Dekan,  
Tanggal 30-10-2024  
  
  
Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak, CA, CSRS  
NIDN : 0205026401

Ka. Prodi Manajemen,  
Tanggal 30-10-2024  
  
Mariyam Zanariah, SE., MM  
NIDN : 0222096301

075 /PS/DFEB/ 2024

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : R.RIO JULIANDI  
Nomor Pokok/NPM : 2001110187 Angkatan 2020  
Jurusan/Prog. Studi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata I  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap keputusan Pembelian Motor Honda Scoopy Pada PT. Astra Honda Motor (AHM) di Palembang

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa dalam skripsi ini terkandung ciri-ciri plagiat dan bentuk-bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Penulis,

Palembang, 2024  
  
R. Rio Julhandi

## **MOTO DAN PERSEMBAHAN**

### **Motto :**

Jalan Untuk Meraih Kesuksesan tidak lah instan Harus Berjuang Dan Teruslah  
Berusaha Demi Kebahagiaan Yang Sempurna

### **Kupersembahkan Kepada :**

- Mama Dan Papa Serta Kakak  
Dan Ayuk.
- Kepala Dan Kasubag TU,  
Serta Keluarga Besar Balai  
Dikalat Keagmaan  
Palembang.
- Teman – Teman Di Kampus Dan  
Di Luar Kampus
- Sahabat (Arman Derhawan Dan  
Mutiara Adheutami)
- Almamaterku

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Adapun judul skripsi yang peneliti ajukan adalah “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Scoopy Di PT. Astra Honda Motor (AHM) Kota Palembang” Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya bantuan, dukungan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan proposal ini. Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal AE, M.S, selaku Rektor Universitas Tridianti.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, AE., M.Si. Ak.CA.CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti.
3. Ibu Mariyam Zanariah, S.E., M.M. selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti.
4. Bapak Baidowi Abdhie, S.E.,M.P. selaku Dosen Pembimbing I Skripsi Universitas Tridianti.

5. Ibu Hj.Noviarni, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing II Skripsi Universitas Tridinanti.
6. Dosen dan Staff Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
7. Diri saya sendiri yang telah bertahan serta semangat dalam penyusunan proposal.
8. Kedua orang tua saya tercinta yang senantiasa selalu mendoakan dan memberikan semangat dalam penyusunan proposal.
9. Keluarga dan Saudara yang senantiasa selalu mendukung dan memberikan semangat dalam penyusunan proposal.
10. Teman-teman angkatan 2020 atas motivasi dan memberikan semangat kedalam penyusunan skripsi
11. Dan semua pihak yang telah membantu yang telah membantu terselesainya proposal ini yang tidak dapat penulis sebut satu per satu.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada peneliti mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan proposal ini baik dalam teknik penyajian materi maupun pembahasan. Demi kesempurnaan proposal ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat peneliti harapkan. Semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

## DAFTAR ISI

<b>SKRIPSI</b> .....	<b>viii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>x</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xx</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xxi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xxii</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>xxiii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Permasalahan .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	5
1.4.2 Manfaat Praktis .....	5
<b>BAB II</b> .....	Error! Bookmark not defined.



**TINJAUAN PUSTAKA** ..... Error! Bookmark not defined.

2.1 Kajian teoritis ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.1.1 Keputusan Pembelian ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.1.1.1 Pengertian keputusan pembelian.....**Error! Bookmark not defined.**

2.1.1.2 Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Pembelian .....**Error! Bookmark not defined.**

2.1.1.3 Indikator Penetapan Pembelian.....**Error! Bookmark not defined.**

2.1.2 Kualitas Produk ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....**Error! Bookmark not defined.**

2.1.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk..... **Error! Bookmark not defined.**

2.1.2.3 Indikator Kualitas Produk .....**Error! Bookmark not defined.**

2.1.3 Harga ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.1.3.1 Pengertian Harga.....**Error! Bookmark not defined.**

2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga.....**Error! Bookmark not defined.**

2.1.3.3 Indikator Harga .....**Error! Bookmark not defined.**

2.1.4 Promosi..... **Error! Bookmark not defined.**

2.1.4.1 Pengertian Promosi .....**Error! Bookmark not defined.**

2.1.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Promosi .....**Error! Bookmark not defined.**

2.1.4.3 Indikator Promosi.....**Error! Bookmark not defined.**

2.2 Penelitian Lain Yang Relevan ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.3 Kerangka Pemikiran ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.4 Hipotesis ..... **Error! Bookmark not defined.**

**BAB III**..... Error! Bookmark not defined.

**METODOLOGI PENELITIAN** ..... Error! Bookmark not defined.

3.1 Ruang Lingkup Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**

3.2 Objek Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**

3.3 Waktu Dan Tempat Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**

3.4 Batasan Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**

3.5 Jenis Dan Sumber Data ..... **Error! Bookmark not defined.**

3.5.1 Jenis Penelitian.....**Error! Bookmark not defined.**

3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7 Populasi Dan Sampel Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.1 Populasi Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.2 Sampel Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8 Teknik Analisis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.9 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1 Profil Perusahaan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB V.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1 Kesimpulan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2 Saran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Sepeda Motor Matic Bulan April - Juli Tahun 2024.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Lain Yang Relevan .....	24
Tabel 3.1 Waktu Penelitian 2024.....	34
Tabel 3.2 Definisi Oprasional Variabel.....	42
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	49
Tabel 4.2 Umur Responde.....	49
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	50
Tabel 4.4 Penghasilan Responden.....	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas kualitas Produk( $X_1$ ).....	52
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Harga( $X_2$ ).....	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Promosi( $X_3$ ).....	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian( $Y$ ).....	55
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas kualitas Produk( $X_1$ ).....	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Harga( $X_2$ ).....	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Promosi( $X_3$ ).....	57
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian ( $Y$ ).....	58
Tabel 4.13 Hasil Regresi Liner Berganda .....	60
Tabel 4.14 Hasil Uji t (Uji Parsial).....	61

Tabel 4.14 Hasil Uji t (Uji Parsial).....	61
Tabel 4.15 Hasil Uji f (Uji Simultan).....	62
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	63

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	29
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Astra Honda Motor(AHM) Palembang .....	48
Gambar 4.2 Histogram Uji Normalitas .....	58
Gambar 4.3 Grafik Normal P-Plot .....	59

## ABSTRAK

**R. Rio Juliandi. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Scoopy Pada PT. Astra Honda Motor (AHM) di Palembang. (Di bawah bimbingan Bapak Baidowi Abdhie, S.E., M.P., dan Ibu Hj. Noviarni, S.E., M.Si.)**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Honda Scoopy di PT. Astra Honda Motor (AHM) Kota Palembang. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada bulan Mei-Juni 2024 sebanyak 580 konsumen dan sampel sebanyak 85 orang dan metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*.

Teknik analisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, regresi linier berganda dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian motor Honda Scoopy di PT. Astra Honda Motor (AHM) Kota Palembang, secara parsial terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian motor Honda Scoopy di PT. Astra Honda Motor (AHM) Kota Palembang, secara parsial terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian motor Honda Scoopy di PT. Astra Honda Motor (AHM) Kota Palembang, secara parsial terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian motor Honda Scoopy di PT. Astra Honda Motor (AHM) Kota Palembang.

**Kata Kunci: kualitas produk, harga, promosi, keputusan pembelian.**

## **ABSTRACT**

**R. Rio Juliandi. *The Influence of Product Quality, Price, and Promotion on the Purchase Decision of Honda Scoopy Motorcycles at PT. Astra Honda Motor (AHM) in Palembang. (Under the guidance of Mr. Baidowi Abdhie, S.E., M.P., and Mrs. Hj. Noviarni, S.E., M.Si.)***

*The purpose of this research is to determine the influence of product quality on the decision to purchase a Honda Scoopy at PT. Astra Honda Motor (AHM) Palembang City. The population in this research is 580 consumers in May-June 2024 and a sample of 85 people and the sampling method in this research is probability sampling with a simple random sampling.*

*Technique The analysis technique uses validity tests, reliability tests, normality tests, multiple linear regression and coefficient of determination. The results of this research show that there is a simultaneous influence of product quality, price and promotion on the decision to purchase a Honda Scoopy motorbike at PT. Astra Honda Motor (AHM) Palembang City, partially there is an influence of product quality on the decision to purchase a Honda Scoopy motorbike at PT. Astra Honda Motor (AHM) Palembang City, partially there is an influence of price on the decision to purchase a Honda Scoopy motorbike at PT. Astra Honda Motor (AHM) Palembang City, partially there is a promotional influence on the decision to purchase a Honda Scoopy motorbike at PT. Astra Honda Motor (AHM) Palembang City.*

***Keywords: product quality, price, promotion, purchasing decisions.***

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

R.Rio Juliandi Dilahirkan Di Palembang 03 Juli 1999 Anak Dari Pasangan Bapak Raden Usman Dan Ibu Rosida. Anak Ke Tiga Dari Tiga Bersaudara. Sekolah Dasar Diselsaikan Pada Tahun 2011 Di SDN 149 Palembang. Sekolah Menengah Pertama Di Selsaikan Pada Tahun 2014 Di SMPN 40 Palembang. Dan Selanjutnya Menyelsaikan Sekolah Menengah Atas Pada Tahun 2017 Di SMA Muhammadiyah 6 Palembang. Pada Tahun 2020 Saya Memasuki Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Majemen Universitas Tridinanti Palembang.



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Permasalahan**

Industri otomotif di Indonesia terus mengalami perkembangan pesat, salah satu segmen yang paling dinamis adalah pasar sepeda motor. Sepeda motor menjadi pilihan utama masyarakat untuk memenuhi kebutuhan transportasi sehari-hari karena kepraktisannya. Di antara berbagai merek sepeda motor yang beredar di pasar, Honda Scoopy, yang diproduksi oleh PT. Astra Honda Motor (AHM), menjadi salah satu model yang sangat populer, khususnya di Kota Palembang. Popularitas Honda Scoopy tidak terlepas dari berbagai faktor seperti kualitas produk, harga yang kompetitif, dan strategi promosi yang efektif.

Kualitas produk menjadi salah satu pertimbangan utama bagi konsumen dalam memilih sepeda motor. Honda Scoopy dikenal dengan desain yang stylish, teknologi yang canggih, dan performa yang handal, sehingga mampu memenuhi kebutuhan dan ekspektasi konsumen. Selain itu, harga juga menjadi faktor krusial yang mempengaruhi keputusan pembelian. Harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas produk akan meningkatkan minat konsumen untuk membeli.

Promosi yang efektif juga menjadi salah satu strategi penting dalam menarik perhatian konsumen. PT. Astra Honda Motor (AHM) secara konsisten melakukan berbagai kegiatan promosi seperti diskon, cashback, dan pameran otomotif untuk meningkatkan penjualan Honda Scoopy. Kegiatan promosi ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk, tetapi juga

untuk mendorong mereka melakukan pembelian.

Data penjualan Motor Honda di Kota Palembang menunjukkan tren yang menarik dari tahun ke tahun. Berikut adalah tabel penjualan Motor Honda di Kota Palembang .

**Tabel 1.1**

**Data Penjualan Sepeda Motor Matic Bulan**

**April – Juli Tahun 2024**

<b>Merek</b>	<b>Tahun 2024 (Unit)</b>
Honda PCX	1.971.454
Honda Vario	1.383.286
Honda Beat	498.323
Honda Scoopy	367.889
Honda Forza	387.753
Honda Genio	208.301

*Sumber:* PT. Astra Honda Motor (AHM) Palembang, Estimasi 2024.

Berdasarkan Tabel 1.1, penjualan motor Honda Scoopy mengalami penurunan pesat, sehingga motor Honda Scoopy dapat menempati peringkat ke empat di pasar penjualan sepeda motor. Menurunnya penjualan motor Honda Scoopy tersebut menarik untuk diteliti dan diamati, kecenderungan konsumen pada saat melakukan pembelian dipengaruhi oleh banyak faktor diantaranya kualitas produk, harga dan promosi.

Sama halnya dengan variabel kualitas produk dan harga, promosi juga

mempunyai fungsi yang dapat mempengaruhi pemikiran konsumen dan hal ini akan bermanfaat bagi perusahaan. Promosi merupakan serangkaian kegiatan untuk mengkomunikasikan kepada masyarakat atau konsumen dan calon konsumen, memberi pengetahuan dan meyakinkan orang tentang spesifikasi produk, bahkan tingkat harga yang ditawarkan agar tertarik mengakui kehebatan produk tersebut, membeli dan memakai produk tersebut, juga mengikat pikiran dan perasaan konsumen dalam suatu wujud loyalitas terhadap produk. Honda Scoopy menjadikan periklanan sebagai alat promosi mereka, seperti iklan pada media cetak, televisi, dan bahkan di sosial media, sehingga meningkatkan daya ingat konsumen terhadap Honda Scoopy. Selain itu Honda Scoopy sering melakukan promosi penjualan sebagai alat promosinya, seperti memberikan *cashback* dan memberikan hadiah bonus seperti helm, maka hal ini akan menambah keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Honda Scoopy juga menjadikan penjualan personal sebagai alat promosinya kepada konsumen dengan menggunakan agen *sales* untuk mendatangi konsumen dan menawarkan Honda Scoopy, sehingga konsumen akan lebih mengenal tentang Honda Scoopy.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hermawan (2019) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Dealer MPM Motor Kalisat Jember. Begitu pula penelitian yang dilakukan oleh Alfiah (2021) menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan promosi secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan

terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda di kecamatan Batu Malang. Penelitian yang dilakukan oleh Febby Nurika Sari (2021) menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan promosi secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di PT. Astra Honda Motor (AHM) Bandar Lampung.

Berdasarkan fenomena dan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Scoopy Di “PT Astra Honda Motor (AHM) Kota Palembang”**”.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dikaji adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian motor honda scoopy di kota palembang?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian motor honda scoopy di kota palembang?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian motor honda scoopy di kota palembang?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian motor honda scoopy di kota palembang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk menganalisis:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Honda Scoopy di PT. Astra Honda Motor (AHM) Kota Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Honda Scoopy di PT. Astra Honda Motor (AHM) Kota Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Honda Scoopy di PT. Astra Honda Motor (AHM) Kota Palembang.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, khususnya dalam konteks sepeda motor Honda Scoopy di Kota Palembang

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

##### **1. Bagi perusahaan**

Sebagai bahan masukan bagi perusahaan dalam segi kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian. Selain itu, penelitian ini diharapkan bisa Memberikan informasi yang berguna bagi PT. Astra Honda Motor (AHM) dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan Honda Scoopy.

## 2. Bagi almamater

Dapat menjadi bahan referensi sebagai untuk melakukan penelitian serupa dimasa yang akan datang. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi tambahan bagi pembaca maupun peneliti lain yang akan melakukan penelitian lebih lanjut dalam memecahkan permasalahan yang sama, khususnya di bidang pemasaran yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian serta dapat dijadikan acuan dan menambah referensi penelitian di masa mendatang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, F.H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda, Motor Honda Beat di Dealer MPM Motor Kalisat Jember.
- Alifah. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Merek Honda di Kecamatan Batu Malang. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 4(1).
- Alfiah, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda (Studi Kasus Di Kecamatan Batu). *JAMIN (Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Kertanegara Malang*. 4(1).  
<http://dx.doi.org/10.47201/jamin.v4i1.91>
- Alma, Buchari. (2011). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung :Alfabeta
- Buchori Alma, (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Baidowi. Abdhie, (2023), *Praktikum Statistik*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridinanti Palembang
- Candra. (2020). Analisis Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario 125 di PT. Naga Mas Motor Pos Cemani Bandar Lampung. *Jurnal Edunomika*, 4(1).
- Fransisco, E, W. (2021). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap

- Keputusan Pembelian pada PT. Medan Jaya Pangan Mutu. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(3), 934-943.  
<https://doi.org/10.34007/jehss.v3i3.436>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, M. I. (2018). *Pokok-Pokok Materi Statistika 1. (Statistika Deskriptif) Edisi Kedua*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hermawan. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Beat di Dealer MPM Motor Kalisat Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa*, 15(2).
- Kotler, P. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, R. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa. Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat
- Mullins., Jhon W., Orville. C., Walker Jr., Larreche, J. C., and Boyd. H.W. (2005). *Marketing Manajemen A Strategic Decision Maker Approach*. New York The McGraw-Hill Companies
- Nitisemito, M. (2018). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Nugroho. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap



- Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario 125 FI di Kota Remban.  
*Jurnal Ilmiah: STIE Perbanas*, 2(6).
- Nugroho, F.S., Waluyo. H. D., & Listyarini. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario 125 FI (Studi Kasus Pada Pengguna Honda Vario 125 FI di Kec. Juwana). *JIAB (Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis)*, 4(4).  
<https://doi.org/10.14710/jiab.2015.9298>  
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/9298>
- Nurantoro. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario 150 CC di PT. Honda Motor Cabang Pegambiran Jakarta Timur. *Jurnal Pendidikan Tambusai*. 6(1).
- Peter, J. P., & Jerry C. O. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Buku 1.Ed 9*. Jakarta. Selemba Empat.
- Purwadi, Nugroho, Lina, & Noersanti. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario 150 CC (Studi pada Konsumen PT. Honda Motor Cabang Pegambiran). STIE Indonesia. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/1805>
- Sangadji, E. M., & Sopiah (2018). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta.
- Samsul, R. (2013). *Bacaan Wajib Praktisi Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah*. Jakarta: Visi Media.
- Sari, S. N., & Warganegara, T. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga,

Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Astra Honda Motor (AHM) Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)*. <https://doi.org/10.57084/jmb.v2i1.624>

Swastha B., & Irawan. (2018), *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Sumilat, S. M. D., Lopian J., & Lintong, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada PT. Hasjrat Abadi Yamaha. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bsinis dan Akuntansi*. 10(2). <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.40295>

Tannia, P.V., & Yulianthini, N.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Merk PCX. *Prospek Jurnal Manajemen Bisnis*. 3(2). <https://doi.org/10.23887/pjmb.v3i2.29250>

Tjiptono. F. (2017). *Pemasaran Strategi*. Yogyakarta: Andi Offset.