

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MOTOR
X-RIDE PADA PT SURACO JAYA ABADI MOTOR
CABANG PALLANGGA KABUPATEN GOWA**

SKRIPSI

Oleh

NURUL FATHAYANI

105720486114



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2018**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MOTOR
X-RIDE PADA PT SURACO JAYA ABADI MOTOR
CABANG PALLANGGA KABUPATEN GOWA**

NURUL FATHAYANI

105720486114

SKRIPSI

Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2018**

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, Ku persembahkan Skripsi ini kepada Bapak dan Ibu yang sangat ku sayangi yang telah memberi segalanya untuk ku, membesarkan ku, mendidik ku dengan penuh kesabaran dan kasih sayang serta selalu mendoakan ku untuk kebaikan dan keberhasilan menjadi orang yang berakhlak dan berguna bagi orang lain. Terima kasih atas segala yang Bapak dan Ibu berikan kepadaku.

MOTTO

Jadilah pemenang dalam perlombaan menuju kebaikan dan ketaatan kepada Allah SWT. Dan jangan pernah berlomba – lomba dalam urusan dunia sebab dunia hanyalah sementara dan akhirat selamanya.

Tak selamanya kesulitan akan terus menjadi sebuah kesulitan tiada henti.
Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PERSETUJUAN

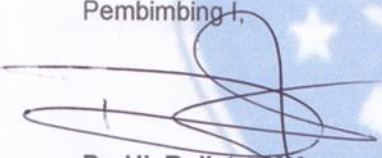
Judul Skripsi : "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Motor X-Ride Pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa"
Nama Mahasiswa : Nurul Fathayani
No Stambuk/NIM : 105720486114
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenjang Studi : Strata Satu (S1)
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan di depan panitia penguji skripsi Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar pada hari Sabtu tanggal 11 Agustus 2018.

Makassar, 11 Agustus 2018

Disetujui Oleh :

Pembimbing I,


Dr. Hj. Ruliaty, MM
NIDN: 00090945406


Pembimbing II,


Samsul Rizal, SE., MM
NIDN: 0907028401

Diketahui :


Dekan,

Fakultas Ekonomi & Bisnis
Unismuh Makassar


Ismail Rasulong, SE., MM
NBM: 903078

Ketua,

Jurusan Manajemen


Muh. Nur Rasyid, SE., MM
NBM: 1085576



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi atas Nama Nurul Fathayani, Nim : 105720486114, diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0010 / 2018 M, Tanggal 29 Dzulkaidah 1439 H/ 11 Agustus 2018 M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

29 Dzulkaidah 1439 H
Makassar, _____
11 Agustus 2018 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Dr. H. Abdul Rahman Rahim, SE., MM (.....) 
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Ismail Rasulong, SE., MM (.....) 
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Dr. Agus Salim HR, SE., MM (.....) 
(WD 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Dr. H. Abdul Rahman Rahim, SE., MM (.....) 
2. Dr. Agus Salim HR, SE., MM (.....) 
3. Ismail Rasulong, SE., MM (.....) 
4. Samsul Rizal, SE., MM (.....) 

Disahkan oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar



Ismail Rasulong, SE., MM

NBM: 903078



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nurul Fathayani

Stambuk : 105720486114

Program Studi : Manajemen

Dengan Judul : "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Motor X-Ride Pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa".

Dengan ini menyatakan bahwa :

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 11 Agustus 2018

Yang membuat Pernyataan,



Nurul Fathayani

Diketahui Oleh :

Dekan,

Fakultas Ekonomi & Bisnis

Unismuh Makassar



Ismail Rasulong, SE., MM
NBM: 903078

Ketua,

Jurusan Manajemen

Muh. Nur Rasyid, SE., MM
NBM: 1085576

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Motor X-Ride Pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa.”

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis bapak **Sukri** dan ibu **St Haeriah** yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus tak pamrih. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, dukungan dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi - tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada :

1. Bapak Dr. H. Abd Rahman Rahim, SE., MM., Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Ismail Rasulong, SE., MM., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

3. Bapak Muh. Nur Rasyid, SE., MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar dan selaku Penasehat Akademik yang senantiasa memberikan nasehat akademik kepada penulis.
4. Ibu Dr. Ruliaty, MM., selaku pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi dapat diselesaikan.
5. Bapak Samsul Rizal, SE., MM., selaku pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak/Ibu dan asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak meluangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Para staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Rekan - rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen angkatan 2014 khususnya kelas MAN 5 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.
9. Terima kasih teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya

para pembaca budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan skripsi ini.

Mudah-mudahan skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

Billahi fii sabilil Haq fastabiqul khairat, Wassalamu alaikum Wr. Wb

Makassar, 20 Juli 2018

Nurul Fathayani

ABSTRAK

Nurul Fathayani, 2018, 105720486114, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Motor X-Ride pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa. Dibimbing oleh Hj. Ruliaty dan Samsul Rizal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan konsumen dalam pembelian motor X-Ride pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pengguna sepeda motor X-Ride pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 30 orang. Pengambilan sampel menggunakan non probability sampling, dengan jenis metode accidental sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert yang masing - masing sudah diuji coba dan telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda.

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan harga secara simultan mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam pembelian motor X-Ride pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai $F_{hitung} 5,698 > 3,34$ dengan nilai signifikansi (sig) adalah sebesar $0,009 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$). Berdasarkan hasil uji t (Uji Parsial) semua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian motor X-Ride pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai t_{hitung} variabel kualitas produk sebesar $2,481 > 2,052$ dan nilai signifikansi (sig) sebesar $0,020 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$) dan nilai t_{hitung} variabel harga sebesar $2,275 > 2,052$ dan nilai signifikansi (sig) sebesar $0,031 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$), artinya kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian motor X-Ride pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa.

Kata Kunci : *Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian.*

ABSTARCT

Nurul Fathayani, 2018, 105720486114, *The Effect of Product Quality and Price on Consumer Decision In Purchasing X-Ride Motor at PT. Suraco Jaya Abadi Motor Branch Pallangga Gowa Regency. Guided by Hj. Ruliaty and Samsul Rizal.*

This study aims to determine the effect of product quality and price on consumer decisions in purchasing an X-Ride motor at PT. Suraco Jaya Abadi Motor Branch Pallangga Gowa Regency.

The type of research used in this study is quantitative. Population in this research is all consumer of X-Ride motorcycle user at PT. Suraco Jaya Abadi Motor Branch Pallangga Gowa Regency. The sample in this study amounted to 30 people. Sampling using non probability sampling, with type of accidental sampling method. Data collection techniques using questionnaires with Likert scale that each has been tested and has fulfilled the validity and reliability requirements. Data analysis technique used in this research is multiple linear regression.

The result of multiple linear regression analysis shows that the variable of product quality and price simultaneously have positive influence to consumer decision in purchasing X-Ride motor at PT. Suraco Jaya Abadi Motor Branch Pallangga Gowa Regency. This can be proved from the value of $F_{arithmetic} 5,698 > 3,34$ with significance value (sig) equal to $0,009 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$). Based on the results of t test (Partial Test) all the variables have a positive and significant effect on consumer decisions in purchasing X-Ride motor at PT. Suraco Jaya Abadi Motor Branch Pallangga Gowa Regency. This can be proven from the value of t_{count} the product quality variable of $2.481 > 2.052$ and the significance value (sig) is $0.020 < 0.05$ ($\alpha = 5\%$) and the value of $t_{arithmetic}$ price variable of $2.275 > 2.052$ and the significance value (sig) equal to $0,031 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$), meaning that product quality and price have positive and significant influence to consumer decision in purchasing X-Ride motor at PT. Suraco Jaya Abadi Motor Branch Pallangga Gowa Regency.

Keywords : *Product Quality, Price, Purchase Decision.*

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Pemasaran	6
1. Pengertian Pemasaran	6
2. Konsep Pemasaran	6
3. Fungsi Pemasaran	8
4. Strategi Pemasaran	8
B. Kualitas Produk	10
1. Pengertian Kualitas Produk	10
2. Dimensi Kualitas Produk	12
C. Harga	13
1. Pengertian Harga	13
2. Dimensi Harga	14

3. Metode Penetapan Harga	15
D. Keputusan Pembelian	16
1. Pengertian Keputusan Pembelian	16
2. Tahap - Tahap Proses Keputusan Pembelian	16
E. Tinjauan Empiris	18
F. Kerangka Konsep	22
G. Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Jenis Penelitian	24
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	24
C. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran	24
D. Populasi dan Sampel	26
E. Teknik Pengumpulan Data	27
F. Teknik Analisis	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	31
1. Sejarah Singkat Perusahaan	31
2. Visi dan Misi Perusahaan	32
3. Struktur Organisasi Perusahaan dan Uraian Tugas	32
4. Kegiatan Pemasaran	49
B. Hasil Penelitian	41
C. Pembahasan	58
BAB V PENUTUP	61
A. Simpulan	61
B. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 3.1	Skor Pilihan Jawaban Responden	26
Tabel 4.1	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4.3	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 4.4	Skor Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk (X_1)	45
Tabel 4.5	Skor Jawaban Responden Mengenai Harga (X_2)	47
Tabel 4.6	Skor Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y)	49
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas	51
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.9	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	53
Tabel 4.10	Hasil Analisis Uji F	55
Tabel 4.11	Hasil Analisis T	56
Tabel 4.12	Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	58

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Model Tahap - Tahap Keputusan Pembelian	16
Gambar 2.2	Kerangka Konsep	22
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner	65
2. Tabulasi Kuesioner.....	67
3. Distribusi nilai r Tabel Signifikansi 5%	69
4. Distribusi nilai t Tabel	70
5. Distribusi nilai f Tabel	71
6. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	72
7. Hasil Uji T dan Hasil Uji F	75
8. Hasil Koefisien Determinasi.....	76
9. SK Penetapan Judul.....	77
10. Surat Pengantar TU ke Ketua LP3M.....	78
11. Surat Pengantar Ketua LP3M ke Kepala UPT P2T BKPMD Prov. Sul-Sel ...	79
12. Surat Pengantar Kepala UPT P2T BKPMD Prov. Sul-Sel ke Bupati Gowa ..	80
13. Surat Pengantar Bupati Gowa ke Ka. Cabang PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa.....	81
14. Surat Keterangan Sudah Melakukan Penelitian	82
15. Lembar Kontrol Bimbingan Skripsi Pembimbing 1.....	83
16. Lembar Kontrol Bimbingan Skripsi Pembimbing 2.....	84
17. Riwayat Hidup.....	85

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi yang semakin maju membuat perubahan dalam bisnis semakin cepat. Konsumen menuntut suatu produk yang sesuai dengan selera, kebutuhan dan daya beli mereka. Hal ini menyebabkan perusahaan - perusahaan mengalami persaingan yang begitu ketat karena tuntutan keinginan konsumen yang semakin tinggi. Selain itu dalam situasi pemasaran yang semakin ketat persaingannya, peranan kualitas produk akan semakin besar dalam perkembangan perusahaan. Menurut Philip Kotler (2008 : 84) kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Dewasa ini, persaingan dalam bidang pemasaran barang dan jasa sangat ketat apalagi dalam hal menarik minat pembeli. Untuk menarik minat pembeli, maka produk yang ditawarkan harus sesuai dengan harga yang kompetitif dan kualitas produk yang sangat dibutuhkan.

Industri otomotif akhir - akhir ini mengalami peningkatan yang luar biasa terutama dalam penjualan sepeda motor. Di Indonesia khususnya Kabupaten Gowa sepeda motor sangat populer. Sepeda motor masih menjadi salah satu sarana transportasi yang paling diminati oleh semua kalangan, hal ini didorong oleh belum tersedianya kendaraan umum yang efisien bagi mobilitas masyarakat. Selain praktis dan lebih cepat jika melakukan perjalanan juga harganya untuk dapat memiliki alat transportasi ini pun masih dapat dijangkau oleh semua lapisan masyarakat. Selain itu,

kemudahan proses pembayaran dengan merebaknya perusahaan *leasing* juga mendorong masyarakat untuk membeli dan menggunakan sepeda motor sebagai alat transportasi sehari-hari.

Pada masa kemajuan teknologi dan persaingan pasar yang kompetitif ini, setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan persaingan harus memperhatikan dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat dan pemahaman yang terjadi di lingkungan pemasaran. Perusahaan harus memperhatikan, memahami, dan menanggapi dengan cepat perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen untuk dapat menjadi pemenang dalam persaingan yang ketat tersebut.

Selain itu, agar sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus dapat menetapkan harganya secara tepat. Philip Kotler (2002 : 278) mendefinisikan harga sebagai jumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Dari sudut pandang perusahaan, harga merupakan komponen yang berpengaruh terhadap laba perusahaan, karena tingkat harga yang ditetapkan harus sebanding dengan kualitas dari suatu produk yang akan dijual dipasar. Sedangkan dari sudut pandang konsumen, harga digunakan sebagai pengukur nilai dari manfaat yang dirasakan terhadap barang atau jasa yang pada akhirnya juga mempengaruhi dalam keputusan pembelian.

Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya di sesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan begitu maka produk dapat bersaing dipasaran, sehingga menjadikan konsumen

memiliki suatu produk yang ditawarkan. PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa merupakan salah satu perusahaan distributor resmi sepeda motor merek Yamaha yang ada di Kabupaten Gowa. Tingginya pemakaian sepeda motor memicu pula tingginya persaingan antar distributor. Untuk itu, PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa hendaknya harus mengetahui faktor - faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, sehingga dapat menentukan strategi yang tepat dalam memasarkan produk sepeda motor merek Yamaha. PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa juga menginginkan tingginya tingkat penjualan sepeda motornya agar seluruh unit sepeda motor yang diproduksinya dapat terjual. Faktor harga jual yang terjangkau, kualitas produk, ketersediaan suku cadang dan performa mesin yang baik dianggap perlu untuk meningkatkan keputusan pembelian sepeda motor Yamaha. Dengan harga jual yang terjangkau diharapkan dapat dijadikan dasar atau patokan dari konsumen untuk membeli sepeda motor merek Yamaha, disamping dengan adanya kualitas produk yang baik serta harga yang terjangkau oleh semua lapisan masyarakat.

Atas dasar pemikiran dan asumsi sebagaimana diuraikan diatas, maka judul yang penulis pilih adalah : **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Motor X-Ride Pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa.”**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, adapun perumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam pembelian motor X-Ride pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa?
2. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian motor X-Ride pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam pembelian motor X-Ride pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian motor X-Ride pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah pengetahuan dan wawasan, sekaligus dapat menerapkan teori - teori dan konsep yang berkaitan dengan strategi pemasaran khususnya mengenai kualitas produk, harga dan keputusan konsumen dalam pembelian. Penulis juga berharap bahwa hasil penelitian ini bisa menjadi bahan

pertimbangan serta referensi bagi penulis lain yang akan mengadakan penelitian dengan judul atau materi yang sama.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi jajaran manajerial pada perusahaan yaitu sebagai bahan masukan dan evaluasi untuk terus meningkatkan pengetahuan manajemen PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa dalam menganalisis pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Konsumen mereka, yang pada akhirnya nanti diharapkan mampu meningkatkan penjualannya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pemasaran

1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah kegiatan pemasar untuk menjalankan bisnis guna memenuhi kebutuhan pasar dengan barang dan jasa, menetapkan harga, mendistribusikan, serta mempromosikannya melalui proses pertukaran agar memuaskan konsumen dan mencapai tujuan perusahaan. Ada beberapa definisi mengenai pemasaran diantaranya adalah :

Menurut Kasmir dan Jakfar (2003 : 74) mengemukakan :

“Bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.”

Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang - barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2011 : 7) mengemukakan :

“Pemasaran adalah proses sosial yang didalamnya individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.”

Berdasarkan definisi di atas dapat dikatakan bahwa pemasaran merupakan suatu proses sosial ekonomi yang berkaitan dengan

mengalirnya barang dan jasa secara ekonomis dari produsen ke konsumen, sehingga secara efektif dapat memenuhi permintaan yang heterogen dengan kemampuan penawaran atau suplai yang heterogen dan dapat memenuhi tujuan - tujuan masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang.

Menurut Kotler dan Keller (2008 : 23) menyatakan bahwa *marketing mix* didefinisikan sebagai perangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan pemasarannya. Adapun *marketing mix* menurut Kotler dan Armstrong (2011 : 79), yaitu sebagai berikut :

- a. Produk (*Product*) adalah kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pasar sasaran.
- b. Harga (*Price*) adalah jumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk jadi.
- c. Distribusi (*Place*) adalah mencakup aktivitas perusahaan untuk menyediakan produk bagi konsumen sasaran.
- d. Promosi (*Promotion*) adalah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya.

2. Konsep Pemasaran

Pemasaran merupakan sebuah konsep kunci keberhasilan suatu bisnis dimana pemasaran dengan memperhatikan keinginan dan pemenuhan kebutuhan konsumen untuk tercapainya target penjualan yang telah ditetapkan akan memberi dampak positif bagi perkembangan usaha suatu perusahaan di tengah era persaingan bisnis yang begitu ketat saat ini.

Konsep pemasaran telah berkembang dan mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Tujuannya adalah untuk mencari laba yang dicapai dengan cara menjual atau membujuk konsumen untuk mempertukarkan uangnya dengan produk perusahaan. Konsep pemasaran terdiri dari : Segmentasi pasar (*Segmentation*), Menetapkan pasar sasaran (*Targeting*), dan Menentukan posisi pasar (*Positioning*).

3. Fungsi Pemasaran

Menurut Philip Kotler (2002 : 559) mengatakan bahwa fungsi pemasaran, yaitu :

- a. Mengumpulkan informasi mengenai pelanggan, pesaing, serta pelaku lain yang ada saat ini maupun yang potensial dalam lingkungan pemasaran.
- b. Mengembangkan dan menyebarkan komunikasi persuasive untuk merangsang pembelian.
- c. Mencapai persetujuan akhir mengenai harga dan syarat lain sehingga transfer kepemilikan dapat dilakukan.
- d. Menanggung resiko yang berhubungan dengan pelaksanaan fungsi saluran pemasaran.
- e. Mengatur kesinambungan penyimpanan dan pergerakan produk sampai ke pelanggan akhir.

4. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran secara konseptual sangat sederhana. Hal ini dimulai dengan analisis pasar yang dipertimbangkan organisasi. Hal ini memerlukan analisis rinci dari kemampuan organisasi, kekuatan dan kelemahan pesaing, kekuatan ekonomi dan teknologi yang

mempengaruhi pasar dan pelanggan saat ini berpotensi di pasar. Berdasarkan langkah ini, organisasi mengidentifikasi kelompok individu, rumah tangga atau perusahaan dengan kebutuhan yang serupa.

Selanjutnya strategi pemasaran berupaya untuk memberikan konsumen nilai lebih dari persaingan sementara masih menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Strategi pemasaran dirumuskan dalam hal bauran pemasaran yaitu melibatkan menentukan fitur produk, harga, komunikasi, distribusi, dan layanan yang akan menyediakan konsumen dengan nilai yang lebih unggul. Seluruh seperangkat karakteristik ini sering disebut sebagai produk total. Total produk disajikan kepada target pasar yang secara konsisten bergerak dalam bidang pengolahan informasi dan membuat keputusan yang dirancang untuk mempertahankan atau meningkatkan gaya hidupnya (individu dan rumah tangga) atau kinerja (bisnis dan organisasi lainnya). Untuk menciptakan nilai bagi konsumen yang kuat dan menguntungkan diperlukan strategi pemasaran yang andal.

Usmara (2003 : 22) menyatakan bahwa strategi pemasaran merupakan sesuatu yang sangat penting bagi setiap perusahaan, sesuatu yang penting umumnya tidak mudah dirumuskan dan dilaksanakan.

Perusahaan memutuskan konsumen yang harus dilayani (segmentasi dan penetapan target) dan cara melayaninya (*diferensiasi* dan *positioning*). Oleh sebab itu, manajer pemasaran harus memilih dan melayani segmen pasar terbaik (segmentasi), menetapkan target pasar yang diinginkan dan ingin dimasuki, melakukan *diferensiasi* pasar serta memposisikan produk pada pasar yang unggul (*positioning*).

Selanjutnya perusahaan merancang bauran pemasaran yang terintegrasi untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran. Dengan strategi pemasaran yang andal, perusahaan merancang bauran pemasaran terintegrasi yang terdiri dari 4P (*Product, Price, Place, Promotion*).

B. Kualitas Produk

1. Pengertian Kualitas Produk

Salah satu nilai utama yang diharapkan oleh pelanggan dari produsen adalah kualitas produk dan jasa yang tertinggi. Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atas jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas produk merupakan bagian penting dari atribut produk yang dapat mempengaruhi kepuasan, seperti yang diungkapkan oleh Kotler dan Armstrong (2009 : 149) kepuasan juga tergantung pada kualitas produk dan jasa. Kualitas produk adalah salah satu sarana *positioning* utama pasar.

Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk dan jasa. Oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Kualitas sangat mempengaruhi kepuasan yang akan didapat oleh konsumen. Perusahaan yang memuaskan sebagian besar kebutuhan pelanggannya sepanjang waktu yang disebut perusahaan berkualitas.

Kotler dan Armstrong (2008 : 9) konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja dan fitur inovatif yang terbaik dan

sesuai dengan kebutuhan atau keinginannya. Berdasarkan atas teori - teori yang berhubungan dengan kualitas yang ada diatas, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa kualitas produk merupakan salah satu bagian yang penting dalam produk. Produk dengan kualitas yang baik adalah produk yang dapat memenuhi pelanggan sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan oleh pelanggan tersebut.

Menurut Kotler (2012 : 432) suatu produk dapat dievaluasi melalui 5 tingkatan produk, yaitu :

- a. Manfaat inti (*Core benefit*) yaitu manfaat utama yang diinginkan oleh seorang konsumen dalam membeli suatu produk.
- b. Produk dasar (*Generic product*) yaitu gambaran fisik pada suatu produk.
- c. Produk yang di harapkan (*Expected product*) yaitu sejumlah atribut dan keadaan yang umumnya diharapkan dan disetujui oleh pembeli pada saat membeli produk tersebut.
- d. Manfaat tambahan produk (*Augmented product*) yaitu suatu produk yang dapat membedakan produk tersebut dengan produk pesaing.
- e. Potensi produk (*Potential produc*) yaitu perluasan perubahan yang mungkin dialami oleh suatu produk di masa yang akan datang.

Menurut Kotler dan Ketler (2009 : 8) indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas produk antara lain :

- a. Kemudahan penggunaan
- b. Daya tahan produk
- c. Kejelasan fungsi
- d. Keragaman ukuran produk

2. Dimensi Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2008) dimensi kualitas produk adalah sebagai berikut :

- a. Kinerja (*Performance*), hal ini berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.
- b. Estetika (*Aesthetics*), merupakan karakteristik yang bersifat subyektif mengenai nilai - nilai estetika yang berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi individual.
- c. Fitur (*Features*), yaitu aspek performansi yang berguna untuk menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan - pilihan produk dan pengembangannya.
- d. Kesesuaian Dengan Spesifikasi (*Conformance To Specification*), hal ini berkaitan dengan sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
- e. Reliabilitas (*Reliability*), hal ini berkaitan dengan probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
- f. Daya Tahan (*Durability*), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya produk.

- g. Kesan Kualitas (*Perceived Quality*), berkaitan dengan perasaan pelanggan mengenai keberadaan produk tersebut sebagai produk yang berkualitas.

C. Harga

1. Pengertian Harga

Harga merupakan satu - satunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Walaupun penetapan harga merupakan persoalan penting, masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta *share* pasar yang dapat dicapai oleh perusahaan.

Harga adalah sesuatu yang merupakan permasalahan dalam dunia usaha, karena itu penetapan harga harus memperhatikan faktor - faktor yang mempengaruhinya baik secara langsung maupun tidak langsung. Faktor yang mempengaruhi secara langsung adalah bahan baku, biaya produksi dan biaya pemasaran. Sedangkan faktor yang tidak langsung adalah harga jual produk yang tidak sejenis yang ditawarkan oleh pesaing, potongan untuk para penyalur dan konsumen.

Harga menurut Kotler (2005 : 358) persepsi konsumen akan harga dan nilai menentukan apakah perusahaan telah menetapkan harga dengan tepat, bila harga tinggi dibanding jumlah anggapan nilai, konsumen tidak akan membeli produk. Sedangkan menurut Sutojo (2009

: 58) harga adalah bagian penting yang tidak terpisahkan dari *the marketing mix*. Karena juga tidak dapat dipisahkan dari ketiga komponen *the marketing mix* yang lain yaitu produk, distribusi dan promosi penjualan.

Oleh karena itu dalam menyusun strategi harga perusahaan tidak dapat mengabaikan kebijaksanaan pemasaran jangka pendek dan menengah yang telah digariskan maupun strategi produk, distribusi dan promosi penjualan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012 : 52) indikator yang digunakan untuk mengukur harga antara lain :

- a. Cara pembayaran
- b. Diskon
- c. Harga barang terjangkau
- d. Persaingan harga
- e. Kesesuaian harga dengan kualitasnya

2. Dimensi Harga

Kotler dan Keller (2009 : 63) menyatakan bahwa dimensi harga terdiri dari :

- a. Daftar Harga (*List Price*) adalah informasi mengenai harga produk yang ditawarkan agar konsumen mempertimbangkan untuk membeli.
- b. Diskon (*Discount*) adalah tingkat diskon atau potongan harga yang diberikan penjual kepada konsumen.
- c. Potongan Harga Khusus (*Allowance*) adalah potongan harga khusus yang diberikan produsen atau penjual kepada konsumen pada saat event tertentu.

- d. Periode Pembayaran (*Payment Period*) adalah kemudahan pembayaran yang diberikan penjual terhadap konsumennya berupa kelonggaran jangka waktu pembayaran yang dilakukan konsumen dalam transaksi pembelian.
- e. Syarat Kredit (*Credit Term*) adalah sistem pembayaran secara kredit yang diberikan produsen atau penjual terhadap konsumen dalam jangka waktu yang telah ditentukan dengan tambahan pembayaran berupa bunga atau pajak yang harus dibayarkan.

3. Metode Penetapan Harga

Menurut Kotler (2002 : 529) metode penetapan harga meliputi sebagai berikut :

- a. Harga jual ditentukan berdasarkan presentasi keuntungan yang diharapkan ditambahkan dengan keseluruhan biaya produksi sebagai keuntungan atau laba.
- b. Perusahaan menentukan tingkat harga yang akan menghasilkan pengembalian dengan target yang sudah ditentukan.
- c. Harga ditentukan berdasarkan penilaian konsumen terhadap produk bila konsumen menilai produk tinggi maka harga yang ditetapkan atau produk juga tinggi.
- d. Harga yang ada mengikuti harga pasar yang ada berdasarkan harga jual yang ditetapkan pesaing.
- e. Harga ditentukan berdasarkan dugaan perusahaan tentang berapa besar harga yang akan ditetapkan pesaing, bukan biaya dan permintaannya sendiri yang digunakan ketika perusahaan ingin memenangkan pesaing.

D. Keputusan Pembelian

1. Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan proses pengintegrasian yang mengkombinasikan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya.

Menurut Swastha (2000 : 65) menyatakan :

”Keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan tingkah laku setelah pembelian.”

Menurut Kotler dan Keller (2005) indikator yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian konsumen antara lain :

- a. Pengenalan masalah
- b. Pencarian informasi
- c. Evaluasi alternatif
- d. Keputusan pembelian
- e. Perilaku pasca pembelian

2. Tahap - Tahap Proses Keputusan Pembelian

Menurut Philip Kotler (2002 : 204) ada lima tahap proses keputusan pembelian. Model tahap - tahap proses keputusan pembelian dapat digambarkan dalam sebuah model dibawah ini :

Gambar 2.1

Model Tahap - Tahap Keputusan Pembelian



Sumber : Philip Kotler (2002 :204)

Model ini mempunyai anggapan bahwa para konsumen melakukan lima tahap dalam melakukan pembelian. Kelima tahap diatas tidak selalu terjadi, khususnya dalam pembelian yang tidak memerlukan keterlibatan yang tinggi dalam pembelian. Para konsumen dapat melewati beberapa tahap dan urutannya tidak sesuai.

a. Pengenalan Masalah

Proses pembeli dimulai dengan pengenalan masalah atau kebutuhan. Kebutuhan pada dasarnya dapat dirangsang oleh rangsangan dari dalam atau dari luar. Pembeli menyadari suatu perbedaan antara keadaan sebenarnya dan keadaan yang diinginkannya. Kebutuhan itu dapat digerakkan oleh rangsangan dari dalam diri pembeli.

b. Pencarian Informasi

Konsumen mungkin tidak berusaha secara aktif dalam mencari informasi sehubungan dengan kebutuhannya. Seberapa jauh orang tersebut mencari informasi tergantung pada kuat lemahnya dorongan kebutuhan, banyaknya informasi yang dimiliki, kemudahan memperoleh informasi tambahan dan kepuasan yang diperoleh dari kegiatan mencari informasi. Biasanya jumlah kegiatan mencari informasi meningkatkan konsumen bergerak dari keputusan situasi pemecahan masalah yang terbatas.

c. Evaluasi Alternatif

Informasi yang didapat dari calon pembeli digunakan untuk memperoleh gambaran yang telah jelas mengenai : alternatif - alternatif yang dihadapinya serta daya tarik masing - masing alternatif.

Produsen harus memahami cara konsumen mengenal informasi yang diperolehnya dan sampai pada sikap tertentu mengenai kualitas produk, harga dan keputusan untuk membeli.

d. Keputusan Pembelian

Produsen harus memahami bahwa konsumen mempunyai cara sendiri dalam menangani informasi yang diperolehnya dengan membatasi alternatif - alternatif yang harus dipilih atau dievaluasi untuk menentukan produk mana yang akan dibeli.

e. Perilaku Setelah Membeli

Ketika membeli suatu produk, konsumen mengharapkan bahwa dampak tertentu dari pembelian tersebut. Bagaimana harapan - harapan itu terpenuhi, menentukan apakah konsumen puas atau tidak puas dengan pembelian produk tersebut.

E. Tinjauan Empiris

1. Artika Romal Amrullah, (2016)

Judul **Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat di Surabaya**. Jurnal ilmu dan riset manajemen, Vol. 5, No. 7, Juli 2016. Teknik yang digunakan adalah *non probability sampling*. Data penelitian diambil berdasarkan kuesioner yang diisi oleh 100 responden dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena kualitas yang baik dapat mengakibatkan peningkatan penjualan dan peningkatan citra perusahaan di mata masyarakat. Harga berpengaruh signifikan

terhadap keputusan pembelian karena harga dapat menunjukkan kualitas merek dari suatu kualitas produk. Dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena apabila merek dengan citra yang baik akan memberikan jaminan kualitas sehingga meskipun harga yang ditetapkan oleh perusahaan tinggi, tidak menjadi suatu penghalang bagi konsumen dalam keputusan pembelian.

2. Anugrah Janwar Tunis dan Sopa Martina, (2016)

Judul **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di The Secret Factory Outlet**. Parawisata, Vol. III. No. 1, April 2016. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif - verifikatif. Adapun teknik *sampling* yang digunakan adalah *incidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan pengujian hipotesis menggunakan uji R^2 , uji t dan uji f. Dari hasil pengujian secara statistik, diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan koefisien regresi = 0,060, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan koefisien regresi = 0,833 dan kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan sebesar 68,3% terhadap keputusan pembelian.

3. Ody Yustiawan, (2016)

Judul **Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario di MPM Motor Sidoarjo**. Jurnal ilmu dan riset manajemen, Vol. 5, No. 2, Februari 2016. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling* yaitu

teknik pengambilan secara kebetulan bertemu dengan peneliti. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Honda Vario yang berada di MPM Motor Sidoarjo dengan sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Sedangkan teknik analisa data yang digunakan adalah metode regresi linear berganda. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga dan citra merek secara bersama - sama memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian Honda Vario di MPM Motor Sidoarjo. Sedangkan berdasarkan nilai koefisien determinasi parsial variabel kualitas produk menjadi variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian.

4. Tina Martini, (2015)

Judul **Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic pada Masyarakat Kabupaten Kudus**. Jurnal penelitian, Vol. 9, No. 1, Februari 2015. Jenis penelitian yang digunakan adalah *field research* dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen atau pemakai kendaraan bermotor merek Honda jenis skutermatic dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 75 responden. Metode analisis yang digunakan adalah metode regresi linear berganda dan menggunakan uji t dengan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pertama : Harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor merek Honda jenis skutermatic pada masyarakat Kabupaten Kudus. Kedua, Kualitas mempunyai pengaruh

negatif terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor merek Honda jenis skutermatic pada masyarakat Kabupaten Kudus. Dan yang ketiga, Desain mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor merek Honda jenis skutermatic pada masyarakat Kabupaten Kudus.

5. Iful Anwan, (2015)

Judul **Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Masak di Showroom Maxim Housewares Grand City Mall Surabaya.** Jurnal ilmu dan riset manajemen, Vol. 4, No. 12, Desember 2015. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang sedang melakukan pembelian di Showroom Maxim Housewares Grand City Mall Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non probability sampling* tepatnya *accidental sampling* yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan kebetulan bertemu dengan peneliti. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *unknown populations* dan didapatkan hasil sebesar 96 responden. Hasil pengujian secara simultan dengan menggunakan uji f menunjukkan bahwa model regresi linear berganda layak sebagai model penelitian. Selanjutnya dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan dan negatif terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian.

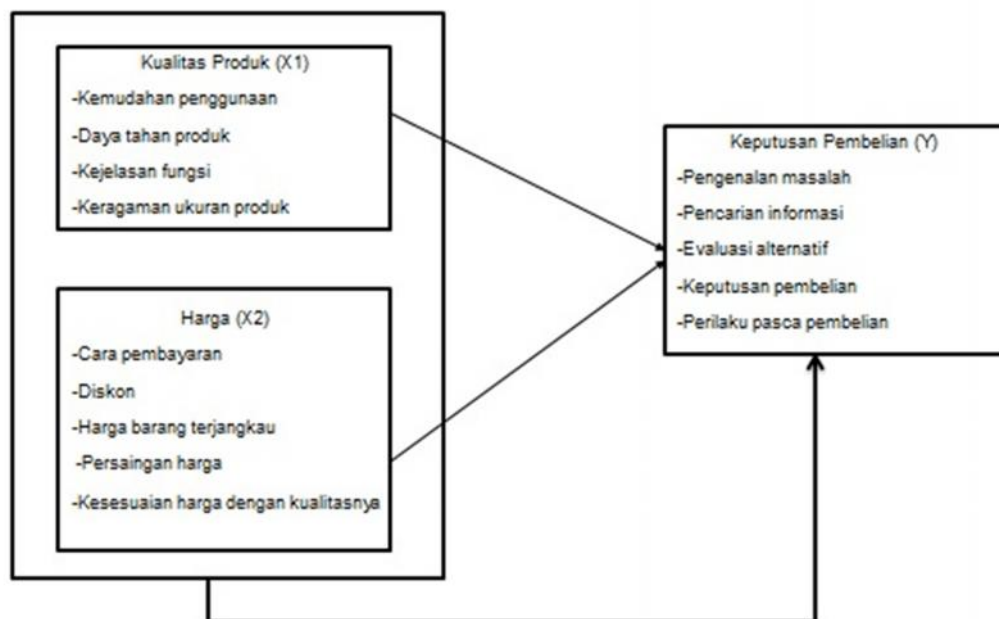
F. Kerangka Konsep

Sugiyono (2017 : 95) kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting.

Berdasarkan pada perumusan masalah dan telaah pustaka yang telah diuraikan dimuka mengenai variabel independen yaitu kualitas produk dan harga serta pengaruhnya terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian, maka kerangka konsep yang diajukan dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.2

Kerangka Konsep



Keterangan : —→ Pengaruh Parsial

————→ Pengaruh Simultan

G. Hipotesis

Dari masalah yang telah diuraikan di atas, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah :

1. Diduga kualitas produk dan harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam pembelian motor X-Ride pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa.
2. Diduga kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian motor X-Ride pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jenis penelitian kuantitatif dengan maksud untuk mencari pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Dengan metode ini diharapkan dapat menjelaskan fenomena yang berdasarkan data dan informasi yang diperoleh.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa yang berlokasi di Jalan Raya Pallangga KM. 2 No. 6 – 7 Gowa. Sedangkan waktu penelitian dimulai pada bulan April sampai Mei 2018.

C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian merupakan penjelasan dari masing - masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator - indikator yang membentuknya. Adapun definisi operasional penelitian ini yaitu sebagai berikut :

- a. Kualitas Produk (X_1) adalah konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja dan fitur inovatif yang terbaik dan sesuai

dengan kebutuhan atau keinginannya. Indikator - indikator kualitas produk antara lain :

- 1.) Kemudahan penggunaan
- 2.) Daya tahan produk
- 3.) Kejelasan fungsi
- 4.) Keragaman ukuran produk

b. Harga (X_2) adalah persepsi konsumen akan harga dan nilai menentukan apakah perusahaan telah menetapkan harga dengan tepat, bila harga tinggi dibanding jumlah anggapan nilai, konsumen tidak akan membeli produk. Indikator - indikator harga antara lain :

- 1.) Cara pembayaran
- 2.) Diskon
- 3.) Harga barang terjangkau
- 4.) Persaingan harga
- 5.) Kesesuaian harga dengan kualitasnya

c. Keputusan Pembelian (Y) adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar - benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Indikator - indikator keputusan pembelian antara lain :

- 1.) Pengenalan masalah
- 2.) Pencarian informasi
- 3.) Evaluasi alternatif
- 4.) Keputusan pembelian
- 5.) Perilaku pasca pembelian

2. Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan peneliti dalam instrument ini adalah skala likert. Skala likert adalah nilai peringkat setiap jawaban atau tanggapan yang dijumlahkan sehingga mencapai nilai total. Skala likert secara umum menggunakan peringkat lima angka penilaian, yaitu :

Tabel 3.1
Skor Pilihan Jawaban

No.	Pilihan	Skor
1	(SS) = Sangat Setuju	5
2	(S) = Setuju	4
3	(KS) = Kurang Setuju	3
4	(TS) = Tidak Setuju	2
5	(STS) = Sangat Tidak Setuju	1

D. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017 : 117) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Adapun populasi untuk penelitian ini adalah pengguna produk sepeda motor X-Ride pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa pada 9 bulan terakhir dari awal rilis bulan juli sampai bulan april yaitu sebanyak 125 orang.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017 : 118) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel responden dilakukan dengan teknik *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui cocok sebagai sumber data.

Adapun penentuan jumlah sampel yang dikembangkan oleh Roscoe dalam Sugiyono (2013 : 164) bahwa penelitian yang melakukan analisis dengan *multivariate* (kolerasi atau regresi berganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 3 (variabel independen dan variabel dependen) maka jumlah anggota sampel = $10 \times 3 = 30$

Pada penelitian ini, peneliti mengambil 30 responden sebagai sampel yang akan diteliti.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi yang mendukung tujuan penelitian penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Bentuk umum sebuah angket terdiri dari bagian pendahuluan yang berisikan petunjuk pengisian angket, bagian identitas yang berisikan identitas responden seperti : nama, alamat,

umur, pekerjaan, jenis kelamin dan sebagainya, kemudian baru memasuki bagian pengisian angket.

2. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh peneliti terhadap suatu objek untuk memahami pengetahuan dari objek tersebut.

F. Teknik Analisis

Teknik analisis data untuk mengukur variabel - variabel dalam penelitian ini, menggunakan *software* SPSS, dengan cara memasukkan hasil dari operasionalisasi variabel yang akan diuji. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui kelayakan butir - butir dalam suatu daftar (konstruk) pernyataan dalam mendefinisikan suatu variabel yang diteliti.

Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau $r_{hitung} > 0,361$. Jadi kalau korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,361 maka butir dalam instrument tersebut dinyatakan tidak valid. Dalam penelitian ini menguji valid tidaknya pernyataan dengan menggunakan program komputer *Excel Statistic Analysis* dan SPSS.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk - konstruk pernyataan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun

dalam suatu bentuk kuesioner. Dalam penelitian ini menguji reliabel tidaknya pernyataan dengan menggunakan program komputer *Excel/Statistic Analysis* dan SPSS.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan terhadap model lebih dari satu variabel independen, untuk mengetahui sejauh mana pengaruhnya terhadap variabel dependen. Persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian

a = Bilangan Konstanta

b_1 = Koefisien regresi kualitas produk

b_2 = Koefisien regresi harga

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Harga

e = Faktor Kesalahan

4. Uji Hipotesis

a. Uji F (Uji Simultan)

Uji f digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama - sama terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh kualitas produk, harga secara bersama - sama terhadap keputusan pembelian. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} pada derajat kesalahan 5%

($\alpha = 0,05$). Apabila nilai $F_{hitung} > \text{nilai } F_{tabel}$, maka variabel independennya secara simultan memberikan pengaruh yang bermakna terhadap variabel dependen.

b. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji apakah variabel X_1 dan X_2 secara parsial berpengaruh terhadap variabel Y. Apabila nilai $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$ dengan tingkat signifikan 5% ($\alpha = 0,05$), itu berarti kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. Uji ini dapat sekaligus digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing - masing variabel independen tersebut yang mempengaruhi variabel dependen, dengan melihat nilai t masing - masing variabel. Berdasarkan nilai t, maka dapat diketahui variabel independen mana yang dominan mempengaruhi variabel dependen.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama - sama terhadap variabel dependen. Rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Dimana :

KD = Koefisien Determinasi

R^2 = Kuadrat Koefisien Kolerasi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa adalah salah satu perusahaan swasta yang bergerak dalam bidang penjualan kendaraan bermotor roda dua. Didirikan pada tanggal 1 februari 1990 sesuai dengan Akte Pendirian Nomor 10 dari kantor Notaris Ny. Puji Redjeki Irawati, SH dan Akte Perubahan Notaris Mahmud Said, SH Nomor 118 tanggal 22 September 1997. Dimana perusahaan di bentuk Perseroan Terbatas (PT) dengan komposisi saham Rizal Tandiawan 65% dan Jacky Purnama 35% sejak didirikan, PT. Suraco Jaya Abadi Motor di Makassar dengan status perusahaan main dialer untuk penjualan kendaraan beroda dua dengan merek Yamaha dengan wilayah pemasarannya meliputi seluruh wilayah Sulawesi yaitu Sulawesi Selatan, Sulawesi Tengah, Sulawesi Tenggara dan Sulawesi Utara serta Gorontalo.

PT. Suraco Jaya Abadi Motor pada saat pertama didirikan berlokasi di jalan Sulawesi Nomor 84 - 86 Makassar dan pada tahun 1996 kantor tersebut telah resmi menjadi kantor cabang. Kemudian pada tahun 1996 PT. Suraco Jaya Abadi Motor Makassar pindah kekantor barunya di Jalan Andi Pangeran Pettarani. Di mana kantor tersebut berfungsi sebagai kantor pusat Yamaha dan di kantor inilah seluruh penjualan dan *service* dilakukan.

2. Visi dan Misi Perusahaan

Keberhasilan yang diraih PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa tidak terlepas dari visi dan misi perusahaan.

a. Visi Perusahaan

- 1) Selalu menjadi yang terdepan
- 2) Menjaga mutu kualitas serta kuantitas cabang
- 3) Menjadikan cabang yang selalu siap untuk berkompeten
- 4) Menjadikan SDM cabang yang berkualitas sesuai di bidangnya

b. Misi Perusahaan

- 1) Selalu menjaga keunggulan *Market Share* Yamaha dari *brand* yang lain.
- 2) Menjadikan produk Yamaha menjadi lebih dikenal oleh masyarakat dengan mengadakan berbagai macam kegiatan aktivitas.
- 3) Selalu menjaga kepercayaan konsumen Yamaha dengan terus memberikan pelayanan terbaik dan berkualitas.
- 4) Menjaga area (*Mapping*) cabang agar tidak di ambil alih oleh *brand* lain.

3. Struktur Organisasi Perusahaan dan Uraian Tugas

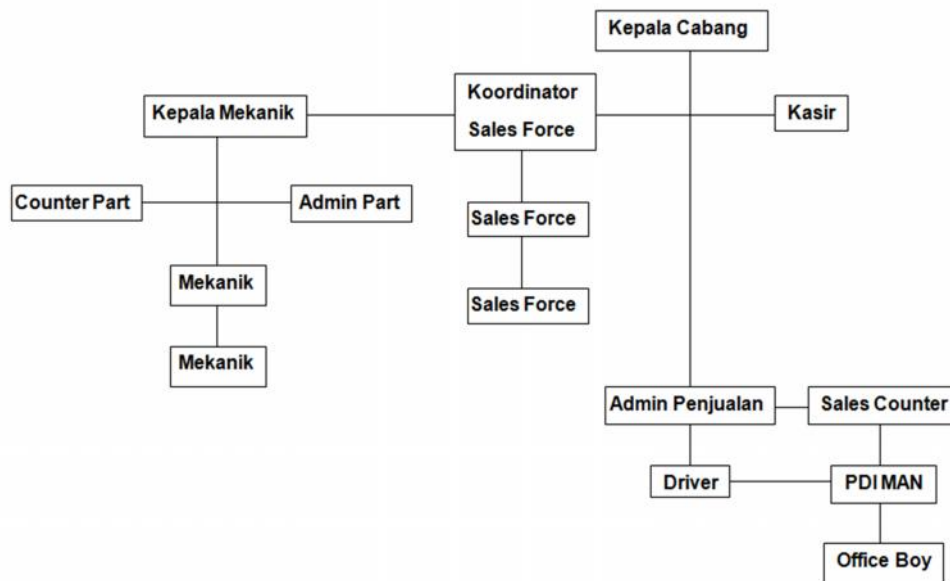
a. Struktur Organisasi Perusahaan

Salah satu persyaratan yang cukup penting bagi suatu perusahaan agar dapat berjalan lancar sebagaimana yang diharapkan, yaitu apabila terdapat pembagian tugas dan tanggung jawab yang dinyatakan dengan jelas, maka diharapkan dapat mendorong kerja sama yang baik untuk

meningkatkan produktivitas pekerja serta keinginan untuk melakukan sesuatu yang sempurna sehingga dapat memperlancar pekerjaan dalam perusahaan. Adapun Sktruktur Organisasi PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa dapat dilihat pada gambar berikut ini

Gambar 4.1

**Struktur Organisasi PT. Suraco Jaya Abadi Motor
Cabang Pallangga Kabupaten Gowa**



Sumber : PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa

b. Uraian Tugas

Berdasarkan struktur organisasi PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa maka pembagian tugas dari masing - masing bagian sebagai berikut :

1) Kepala Cabang

- a) Memimpin perusahaan dalam melaksanakan tugas sehari - hari secara operasional.
- b) Melaksanakan program perusahaan secara terpadu.
- c) Mempunyai wewenang dalam pengambilan keputusan sesuai batasan pendelegasian.
- d) Menandatangani surat - surat sesuai wewenang.
- e) Menandatangani bukti penerimaan pengeluaran kas atau bank sesuai pendelegasian wewenangnya.
- f) Mengkoordinir, mengatur dan mengawasi serta bertanggung jawab terhadap tugas masing - masing bagian dan bertanggung jawab kepada pimpinan perusahaan.

2) Kasir

- a) Memberikan pelayanan kepada pelanggan.
- b) Melaksanakan kebersihan.
- c) Mempersiapkan sarana kerja yang diperlukan.
- d) Melakukan pengawasan dan pencegahan barang hilang.
- e) Menerima penitipan barang.
- f) Melakukan proses transaksi penjualan langsung.
- g) Pemanjangan barang (*Display*).
- h) Persiapan *retur* barang.
- i) Informasi dan penawaran program promosi.
- j) Pencetakan barang.

- k) *Stock Opname*.
 - l) Penyebaran *leaflet*.
- 3) Koordinator *Sales Force*
- a) Mengkoordinir, mengatur dan mengawasi serta bertanggung jawab terhadap pelaksanaan tugas pada bagian pemasaran.
 - b) Menetapkan strategi pemasaran.
 - c) Mengumpulkan dan menyiapkan data dan informasi tentang situasi pasar.
 - d) Bertanggung jawab kepada manajer pemasaran.
 - e) Menyusun rencana kerja di masa yang akan datang.
 - f) Mengadakan *event - event* sebagai bentuk promosi penjualan.
- 4) *Sales Force*
- a) Membuat daftar pelanggan prospek sesuai dengan segmentasi yang diinginkan perusahaan.
 - b) Melakukan proses penjualan sesuai daftar target yang sudah ditentukan dan disepakati bersama dengan koordinator.
 - c) Menyiapkan materi atau *tools* yang akan digunakan dalam proses penjualan ke pelanggan dan melakukan presentasi.
 - d) Melakukan proses penjualan mulai dari awal perkenalan, negosiasi sampai dengan pembuatan kontrak dengan pelanggan.
 - e) Membuat laporan aktivitas *sales* mingguan sesuai dengan format laporan yang sudah ditentukan.

- f) Membina divisi - divisi lain dibantu oleh koordinator untuk proses - proses internal yang terkait proses penjualan ke pelanggan secara terus - menerus menambah pengetahuan terhadap produk atau layanan yang akan dijual dan selalu berusaha meningkatkan kemampuan pembinaan hubungan penjualan ke pelanggan.
 - g) Mengikuti proses *tender* dari awal sejak pendaftaran, *annuizizing*, *submit* penawaran dan jika menang maka harus melakukan proses monitoring aktivitas pelanggan sampai dengan pembuatan kontrak dengan pelanggan.
 - h) Memelihara pelanggan yang sudah diperoleh dari menang *tender* dan mempersiapkan diri mengikuti *tender* berikutnya.
- 5) Kepala Mekanik
- Menyelesaikan tugas - tugas yang sekiranya tidak mampu dilakukan oleh mekanik. Ini adalah rang yang sudah ahli atas *problem - problem* yang ada pada sepeda motor yang telah menguasai secara utuh apa itu mesin yang sesungguhnya dan mampu melakukan modifikasi diluar aturan - aturan yang ada.
- 6) *Counter Part*
- a) Mengkoordinir, mengatur dan mengawasi serta bertanggung jawab terhadap pelaksanaan tugas di bidang *counter part*.
 - b) Mengadakan penjualan *counter part*.
 - c) Bertanggung jawab kepada pimpinan perusahaan.
 - d) Tugas lain adalah bertujuan untuk kemajuan perusahaan.

7) *Admin Part*

- a) Melakukan kontrol dan bertanggung jawab secara fisik atas fungsi gudang *sparepart* dalam penerimaan, penyimpanan dan pengeluaran.
- b) Melakukan pengaturan penempatan dan kontrol fisik maupun fungsi.
- c) Pendataan *stockspare part* atas data fisik dan data administrasi *spare part*.
- d) *Update* atas *stock spare part*.
- e) Menyediakan kebutuhan *spare part* yang diperlukan oleh teknisi.

8) *Mekanik*

Bertanggung jawab atas *service* atau memperbaiki kerusakan yang dibantu oleh asisten mekanik.

9) *Admin Penjualan*

- a) Menyusun program penjualan.
- b) Mendistribusikan produk - produk ke berbagai *dealer*.
- c) Mengkoordinir dan mengatur pelaksanaan tugas pada cabang - cabang dan *dealer - dealer*.
- d) Bertanggung jawab kepada manajer pemasaran.

10) *Driver*

- a) Menerima barang beserta surat jalan, surat serah terima barang dari bagian *service*.

- b) Mengirimkan barang ke pembeli dan meminta tanda tangan pada surat serah terima barang.
- c) Menyerahkan surat serah terima barang lembar pertama ke pembeli.
- d) Menyerahkan surat serah terima barang lembar kedua ke bagian *marketing intern* untuk diarsipkan.

11) *Sales Counter*

- a) Melayani setiap *customer* yang datang ke *dealer* untuk melakukan pemesanan unit.
- b) Melayani *customer* dari awal pembelian sampai pengirimannya.
- c) Membuat laporan harian dan bulanan penjualan *counter*.

12) PDI Man (*Pre Delivery Inspection*)

Mencek kelengkapan dan kondisi sebuah kendaraan dan *showroom* atau *dealer* sebelum diantar ketangan konsumen.

13) *Office Boy*

- a) Membersihkan dan merapikan meja, kursi, komputer dan perlengkapan lainnya.
- b) Menyediakan minuman untuk karyawan maupun tamu.
- c) Mengirim dan mengambil dokumen antar divisi bagian.
- d) Melayani permintaan fotocopy/*faksimil*.

4. Kegiatan Pemasaran

Kegiatan pemasaran PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa dalam meraih minat konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan perusahaan, maka ada beberapa kemudahan yang diberikan oleh PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa untuk memiliki kendaraan bermotor roda dua. Adapun prosedur penjualan yang dilakukan oleh PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa adalah sebagai berikut :

a. Penjualan Secara Tunai (*Cash*)

Dengan penjualan secara tunai tidak perlu dipersiapkan oleh perusahaan, karena proses administrasinya tidak perlu berbelit-belit sehingga dalam penanganannya mudah untuk dicairkan atau dengan kata lain proses penjualannya lebih mudah dan gampang.

b. Penjualan Secara Angsuran (Kredit)

Bentuk penjualan yang dapat meningkatkan penjualan adalah penjualan secara angsuran (Kredit). Tidak dapat dipungkiri bahwa penjualan angsuran secara kredit mempunyai resiko besar karena perusahaan belum menerima seluruh pembayaran dalam bentuk tunai. Oleh karena itu untuk menghindari resiko yang bisa timbul, maka pihak perusahaan membuat syarat - syarat sebagai berikut :

1) Fotocopy KTP

Untuk mengetahui alamat calon pembeli, karena bila calon pembeli gagal dalam memenuhi kewajibannya maka dapat

memudahkan pihak perusahaan untuk menarik kembali kendaraan tersebut.

2) Fotocopy Kartu Keluarga

Kartu keluarga diperlukan agar pihak perusahaan dapat mengetahui berapa tanggungan calon pembeli dalam satu rumah.

3) Keterangan Penghasilan (Slip Gaji)

Keterangan penghasilan (Slip Gaji) merupakan salah satu syarat yang paling utama dalam pembelian secara angsuran (kredit), karena dengan mengetahui penghasilan calon pembeli maka perusahaan dapat mengetahui berapa kemampuan calon pembeli dalam membayar cicilan sepeda motor yang dibelinya. Misalnya diperuntungkan bagi pegawai negeri sipil yang harus diketahui berapa gaji pokok, tunjangan dan tanggungan dalam rumah. tangga.

4) Bersedia di *Survey*

Calon pembeli harus bersedia di *survey* oleh perusahaan yang bersangkutan agar pihak perusahaan dapat percaya terhadap kemampuan pembeli dalam membayar cicilan kendaraan yang dibelinya.

Hal ini dimaksudkan perusahaan agar pembeli dapat melunasi kewajibannya yakni dengan pembayaran ulang perorangan sedangkan untuk penjualan angsuran (Kredit) mengatasnamakan perusahaan (Organisasi) maka disyaratkan hal-hal sebagai berikut :

a. Fotocopy KTP

- b. Angsuran dasar perusahaan
- c. Surat izin usaha produksi (SIUP)
- d. Surat izin tempat usaha (SITU)

Setelah pembayaran - pembayaran tersebut telah dipenuhi oleh calon pembeli, maka pihak perusahaan menyampaikan besarnya uang muka yang dibebankan kepada calon pembeli, disamping itu pada bagian penjualan menyampaikan atau menawarkan kepada calon pembeli untuk jangka waktu angsuran yang diinginkan, dimana jangka waktu angsuran bervariasi antara 12 bulan, 18 bulan dan 24 bulan. Selanjutnya pihak perusahaan akan memproses kembali data-datanya dan bila memenuhi syarat maka perusahaan akan menilai layak untuk diberikan faktur pembelian dan akhirnya terjadi transaksi antara pihak perusahaan dan konsumen.

B. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Pada bab ini dijelaskan mengenai hasil dari penelitian yang telah dilakukan dan diolah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan konsumen dalam pembelian motor X-Ride. Penulis menyebar kuesioner sebanyak 30, dimana responden merupakan konsumen PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa.

Profil responden yang ditanyakan pada kuesioner adalah jenis kelamin, usia dan pekerjaan dari masing - masing responden. Data profil responden akan dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 4.1

Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki – Laki	21	70%
Perempuan	9	30%
Total	30	100%

Sumber : Data primer diolah, tahun 2018

Berdasarkan pada tabel 4.1 mengenai jenis kelamin responden, diketahui bahwa jumlah responden laki - laki sebanyak 21 orang atau sekitar 70%, sedangkan jumlah responden perempuan sebanyak 9 orang atau sekitar 30%.

Dari data tersebut terlihat bahwa sepeda motor Yamaha X-Ride dapat diterima oleh semua kalangan, tidak ada perbedaan antara laki - laki dan perempuan dilihat dari jumlah responden yang membeli sepeda motor Yamaha X-Ride di PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa.

Tabel 4.2**Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia**

Usia (Tahun)	Jumlah Responden	Persentase (%)
20 – 30	14	46,6%
31 – 40	6	20%
41 – 50	5	16,7%
51 – 60	5	16,7%
Total	30	100%

Sumber : Data primer diolah, tahun 2018

Berdasarkan pada tabel 4.2 mengenai usia responden, diketahui sebagian besar responden berusia antara 20 - 30 tahun yaitu dengan jumlah sebanyak 14 orang atau sekitar 46,6%.

Dari data tersebut terlihat bahwa sepeda motor Yamaha X-Ride cenderung lebih banyak digunakan oleh orang yang berusia produktif karena orang yang berada pada usia tersebut cenderung lebih memilih menggunakan sepeda motor yang nyaman digunakan dalam beraktivitas sehari - hari.

Tabel 4.3**Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
PNS	8	26,7%
Wiraswasta	17	56,6%
Mahasiswa	5	16,7%
Total	30	100%

Sumber : Data primer diolah, tahun 2018

Berdasarkan pada tabel 4.3 mengenai pekerjaan responden, menunjukkan bahwa responden yang bekerja sebagai Wiraswasta lebih dominan yaitu sebanyak 17 atau sekitar 56,6%.

Dari data tersebut menunjukkan bahwa orang - orang yang bekerja sebagai Wiraswasta lebih banyak mempertimbangkan untuk memiliki sepeda motor.

2. Penentuan Range

Skala yang digunakan untuk melihat persepsi responden terhadap kualitas produk dan harga serta keputusan pembelian adalah skala likert. Untuk memudahkan penilaian dari jawaban responden, maka dibuat kriteria penilaian sebagai berikut :

- a. Sangat Setuju (SS) : diberi bobot 5
- b. Setuju (S) : diberi bobot 4
- c. Kurang Setuju (KS) : diberi bobot 3
- d. Tidak Setuju (TS) : diberi bobot 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) : diberi bobot 1

Langkah selanjutnya adalah menggunakan skala likert dengan skor tertinggi di tiap pernyataan adalah 5 dan skor terendah adalah 1 dengan jumlah responden sebanyak 30 maka :

Skor tertinggi : $30 \times 5 = 150$

Skor terendah : $30 \times 1 = 30$

Sehingga range adalah $= 150 - 30 / 5 = 24$

Dengan nilai range (rentang) sebagai berikut :

30 – 54 = Sangat tidak baik

55 – 78 = Tidak baik

79 – 102 = Cukup baik

103 – 126 = Baik

127 – 150 = Sangat baik

a. Analisis Persepsi Responden Mengenai Kualitas Produk (X_1)

Analisis persepsi responden mengenai kualitas produk dilakukan berdasarkan indikator - indikator yang telah ditetapkan. Setelah kuesioner disebar maka dilakukan pengelompokan berdasarkan jawaban setiap pernyataan kemudian dilanjutkan dengan pembobotan berdasarkan interval yang telah ditetapkan sebelumnya. Persepsi kualitas produk terdiri dari 4 pernyataan.

Adapun hasil kuesioner dan pernyataan responden mengenai persepsi tentang kualitas produk dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.4

Skor Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk (X_1)

No.	Kualitas Produk (X_1)	Tanggapan					Jumlah	Ket
	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS		
		5	4	3	2	1		
1.	Memiliki desain agresif dan sporty	13	16	1	-	-	132	SB
2.	Sangat efisien atau irit dengan konsumsi BBM	17	12	1	-	-	136	SB
3.	Memiliki fitur yang lengkap dan modern	18	12	-	-	-	138	SB

4.	Memiliki tarikan mesin yang cukup responsif, sehingga mampu menempuh jalan yang berkarakter dan menanjak	22	8	-	-	-	142	SB
Jumlah							548	
Rata - Rata							137	SB

Sumber : Data primer diolah, tahun 2018

Berdasarkan pada tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai variabel kualitas produk, diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian yang baik atas variabel kualitas produk yang ditawarkan oleh PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa kepada konsumennya. Rata - rata skor angka jawaban variabel kualitas produk diperoleh sebesar 137 yang berada pada interval 127 – 150 yang berarti berada dalam kategori “Sangat Baik”. Hal ini menunjukkan bahwa PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa memberikan produk yang berkualitas menurut konsumennya.

b. Analisis Persepsi Responden Mengenai Harga (X_2)

Analisis persepsi responden mengenai harga dilakukan berdasarkan indikator - indikator yang telah ditetapkan. Setelah kuesioner disebar maka dilakukan pengelompokan berdasarkan jawaban setiap pernyataan kemudian dilanjutkan dengan pembobotan berdasarkan interval yang telah ditetapkan sebelumnya. Persepsi harga terdiri dari 5 pernyataan.

Adapun hasil kuesioner dan pernyataan responden mengenai persepsi tentang harga dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.5

Skor Jawaban Responden Mengenai Harga (X_2)

No	Harga (X_2)	Tanggapan					Jumlah	Ket
	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS		
		5	4	3	2	1		
1	Kemudahan membeli sepeda motor Yamaha X-Ride secara Kredit	12	18	-	-	-	132	SB
2	Yamaha sering memberikan potongan harga (diskon) atau <i>cashback</i> pada setiap pembelian produknya	5	19	6	-	-	119	B
3	Harga sepeda motor Yamaha X-Ride terjangkau oleh daya beli masyarakat	4	19	7	-	-	117	B
4	Harga sepeda motor Yamaha X-Ride relatif lebih murah dibandingkan dengan merek sepeda motor perusahaan lain	3	7	20	-	-	103	B
5	Harga sepeda motor Yamaha X-Ride sesuai dengan kualitas yang diperoleh	11	19	-	-	-	131	SB
Jumlah							602	
Rata – Rata							120.4	B

Sumber : Data primer diolah, tahun 2018

Berdasarkan pada tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai variabel harga, diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian yang baik atas harga produk yang ditetapkan oleh PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa kepada konsumennya. Rata - rata skor angka jawaban variabel harga diperoleh sebesar 120,4 yang berada pada interval 103 – 126 yang berarti berada dalam kategori “Baik”. Hal ini menunjukkan bahwa PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa tepat dalam menetapkan harga produknya menurut konsumen.

c. Analisis Persepsi Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y)

Analisis persepsi responden mengenai keputusan pembelian dilakukan berdasarkan indikator - indikator yang telah ditetapkan. Setelah kuesioner disebar maka dilakukan pengelompokan berdasarkan jawaban setiap pernyataan kemudian dilanjutkan dengan pembobotan berdasarkan interval yang telah ditetapkan sebelumnya. Persepsi keputusan pembelian terdiri dari 5 pernyataan.

Adapun hasil kuesioner dan pernyataan responden mengenai persepsi tentang keputusan pembelian dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.6

Skor Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y)

No	Keputusan Pembelian (Y)	Tanggapan					Jumlah	Ket
	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS		
		5	4	3	2	1		
1	Saya membeli sepeda motor Yamaha X-Ride untuk memenuhi kebutuhan berkendara	21	9	-	-	-	141	SB
2	Saya mengunjungi dealer resmi Yamaha untuk mendapatkan informasi mengenai sepeda motor Yamaha X-Ride	9	16	5	-	-	124	B
3	Saya merasa harga sepeda motor Yamaha X-Ride sesuai dengan kualitas produknya	10	20	-	-	-	130	SB
4	Saya memutuskan untuk membeli sepeda motor Yamaha X-Ride karena <i>brand image</i> -nya yang sudah terkenal	5	22	3	-	-	122	B
5	Saya merasa puas dengan kualitas dan harga yang dimiliki oleh sepeda motor Yamaha X-Ride	13	16	1	-	-	132	SB
Jumlah							649	
Rata - Rata							129.8	SB

Sumber : Data primer diolah, tahun 2018

Berdasarkan pada tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai variabel keputusan pembelian, diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian yang baik dengan memberikan jawaban setuju mengenai keputusan pembelian produk PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa. Rata - rata skor angka jawaban variabel keputusan pembelian diperoleh sebesar 129,8 yang berada pada interval 127 – 150 yang berarti berada dalam kategori “Sangat Baik”. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang diberikan dan harga yang ditetapkan oleh perusahaan berperan penting terhadap keputusan pembelian konsumen untuk melakukan pembelian di PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa.

3. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Dalam penelitian ini untuk menguji valid tidaknya pernyataan menggunakan program komputer SPSS *for Windows* versi 16. Adapun kriteria yang digunakan dalam menentukan valid tidaknya pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Derajat kebebasan (df) = $n - 2 = 30 - 2 = 28$, didapat $r_{tabel} = 0,361$
- b. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan $r_{positif}$, maka butir pernyataan atau indikator tersebut dikatakan valid.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka hasil pengujian dapat ditunjukkan pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	rhitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X_1)	X1.1	0,614	0,361	Valid
	X1.2	0,872	0,361	Valid
	X1.3	0,888	0,361	Valid
	X1.4	0,640	0,361	Valid
Harga (X_2)	X2.1	0,540	0,361	Valid
	X2.2	0,650	0,361	Valid
	X2.3	0,693	0,361	Valid
	X2.4	0,618	0,361	Valid
	X2.5	0,629	0,361	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1.1	0,622	0,361	Valid
	Y1.2	0,574	0,361	Valid
	Y1.3	0,559	0,361	Valid
	Y1.4	0,639	0,361	Valid
	Y1.5	0,616	0,361	Valid

Sumber : Output data SPSS, tahun 2018

Berdasarkan pada tabel 4.7 hasil uji validitas diatas, diketahui bahwa semua item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian adalah valid, yang ditunjukkan dengan nilai r_{hitung} masing - masing item pernyataan berdasarkan kolom *correlation* memiliki nilai $r_{hitung} > \text{nilai } r_{tabel} = 0,361$ sehingga semua item pernyataan tersebut dikatakan valid.

4. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan alat ukur suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pernyataan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam bentuk kuesioner. Instrument dapat dikatakan konsisten atau reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,05 atau lebih.

Adapun hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X_1)	0,745	Reliabel
Harga (X_2)	0,608	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,544	Reliabel

Sumber : Output data SPSS, tahun 2018

Berdasarkan pada tabel 4.8 hasil uji reliabilitas diatas, diketahui bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel, sehingga semua variabel layak digunakan untuk menjadi alat ukur instrument kuesioner dalam penelitian.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengukur secara kuantitas tentang pengaruh variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan konsumen dalam pembelian motor X-Ride pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa.

Hasil analisis regresi linear berganda yang dilakukan dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS versi 16 adalah sebagai berikut :

Tabel 4.9
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.462	4.206		1.774	.087
	Kualitas Produk (X1)	.414	.167	.400	2.481	.020
	Harga (X2)	.329	.145	.367	2.275	.031

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber : Output data SPSS, tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.9 hasil analisis regresi linear berganda di atas dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS versi 16 maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 7,462 + 0,414X_1 + 0,329X_2$$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta sebesar 7,462 menunjukkan bahwa jika variabel kualitas produk dan harga sama dengan nol maka keputusan konsumen dalam pembelian motor X-Ride pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa akan menurun.
- b. Koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,414 menunjukkan bahwa apabila kualitas produk mengalami peningkatan sebesar satu - satuan, maka keputusan pembelian sepeda motor Yamaha X-Ride pada PT.

Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa akan meningkat sebesar 0,414.

- c. Koefisien regresi harga sebesar 0,329 menunjukkan bahwa apabila harga mengalami peningkatan satu - satuan, maka keputusan pembelian sepeda motor Yamaha X-Ride pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa meningkat sebesar 0,329.

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda dapat dianalisis bahwa pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian adalah positif, artinya bahwa jika semakin ditingkatkan kualitas produk dan penetapan harga sesuai maka akan mempengaruhi tingginya keputusan pembelian sepeda motor Yamaha X-Ride pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa.

6. Pengujian Hipotesis

a. Uji Simultan (Uji f)

Uji Simultan (Uji f) dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu kualitas produk dan harga secara bersama - sama (simultan) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Dengan $\alpha = 5\%$ (0,05) dan $F_{tabel} = F(k;n-k) = F(2;28) = 3,34$. Hasil uji simultan (uji f) melalui bantuan program SPSS versi 16 dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.10
Hasil Uji Simultan (Uji f)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22.844	2	11.422	5.698	.009 ^a
	Residual	54.123	27	2.005		
	Total	76.967	29			

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Produk (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber : Output data SPSS, tahun 2018

Berdasarkan hasil uji simultan (uji f) dari tabel 4.10 diatas diketahui nilai F_{hitung} sebesar 5,698 dengan nilai signifikansi 0,009. Nilai F_{tabel} untuk model regresi linear berganda adalah 3,34. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi adalah sebesar $0,009 < 0,05$ dan nilai F_{hitung} $5,698 > 3,34$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 dan variabel X_2 terdapat pengaruh simultan yang positif terhadap variabel Y, yang berarti kualitas produk dan harga memiliki pengaruh simultan yang positif terhadap keputusan pembelian.

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (Uji t) dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing - masing (parsial) variabel independen yaitu kualitas produk dan harga terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Dengan $\alpha = 5\%$ (0,05) dan $t_{tabel} = t(\alpha/2; n-k-1) = t(0,025; 27) = 2,052$. Hasil uji t melalui bantuan program SPSS versi 16 dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.11
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.462	4.206		1.774	.087
	Kualitas Produk (X1)	.414	.167	.400	2.481	.020
	Harga (X2)	.329	.145	.367	2.275	.031

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber : Output data SPSS, tahun 2018

Pengujian masing - masing variabel secara parsial di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Variabel Kualitas Produk (X_1)

Berdasarkan tabel *coefficients* diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,481 dengan nilai signifikansi 0,020. Nilai t_{tabel} untuk model regresi ini adalah 2,052. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi adalah $0,020 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} $2,481 > 2,052$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y, yang berarti kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya kualitas produk sepeda motor Yamaha X-Ride mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

2) Variabel Harga (X_2)

Berdasarkan tabel *coefficients* diperoleh t_{hitung} sebesar 2,275 dengan nilai signifikansi 0,031. Nilai t_{tabel} untuk model regresi ini adalah 2,052. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi adalah sebesar $0,031 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} $2,275 > 2,052$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_2 terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y, yang berarti harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya harga sepeda motor Yamaha X-Ride mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan uji parsial (uji t) di atas dapat disimpulkan bahwa variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian adalah variabel kualitas produk (X_1) dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,481 dengan nilai signifikansi 0,020. Sehingga hipotesis yang dikemukakan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian dapat diterima.

7. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dari hasil regresi linear berganda menunjukkan seberapa besar variabel dependen yaitu keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel independen yaitu kualitas produk dan harga. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.12
Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.545 ^a	.297	.245	1.41582

a. Predictors: (Constant), Harga (X_2), Kualitas Produk (X_1)

Sumber : Output data SPSS, tahun 2018

Berdasarkan pada tabel 4.12 hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) diatas, maka diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,545 artinya terdapat hubungan positif antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan konsumen dalam pembelian dan mempunyai kolerasi sebesar 54,4%, sisanya 45,6% dipengaruhi oleh faktor - faktor lain. Dari hasil tersebut nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,297 hal ini berarti bahwa seluruh variabel independen yaitu kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) mempunyai kontribusi secara bersama - sama sebesar 29,7% terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y). Sedangkan sisanya yaitu sebesar 70,3% dipengaruhi oleh variabel - variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda variabel kualitas produk bernilai positif dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,481 > nilai t_{tabel} 2,052 dan nilai signifikansi sebesar 0,020 < 0,05. Hal ini menunjukkan variabel kualitas

produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Dan hipotesis yang dikemukakan sebelumnya diterima, bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian motor X-Ride pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa.

Penelitian ini mendukung dengan hasil temuan studi yang dilakukan oleh Iful Anwan (2015), Anugrah Janwar Tunis dan Sope Martina (2016) bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2008 : 9) bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja dan fitur inovatif yang terbaik dan sesuai dengan kebutuhan atau keinginannya.

2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda variabel harga bernilai positif dengan nilai t_{hitung} sebesar $2,275 >$ nilai t_{tabel} $2,052$ dan nilai signifikansi sebesar $0,031 < 0,05$. Hal ini menunjukkan variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Dan hipotesis yang dikemukakan sebelumnya diterima, bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian motor X-Ride pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa.

Penelitian ini mendukung dengan hasil temuan studi yang dilakukan oleh Anugrah Janwar Tunis dan Sope Martina (2016) bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler (2005 : 358) persepsi konsumen akan harga dan nilai menentukan apakah perusahaan telah menetapkan harga dengan tepat, bila harga tinggi dibanding jumlah anggapan nilai, konsumen tidak akan membeli produk.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan pembahasan hasil analisis data penelitian tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan konsumen dalam pembelian motor X-Ride yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. Hasil uji t menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian motor X-Ride pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa.
2. Hasil uji f menunjukkan bahwa variabel independen yaitu kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam pembelian motor X-Ride pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa.

B. Saran

Berdasarkan simpulan yang telah dilakukan maka adapun saran yang dapat dikemukakan sebagai berikut :

1. Direktur PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa sebaiknya lebih meningkatkan kualitas produk dan menetapkan harga dengan tepat karena kualitas produk dan harga menjadi tolak ukur konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian.

2. Bagi peneliti selanjutnya agar melakukan penelitian dengan variabel independen lain sehingga variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian dapat teridentifikasi lebih banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. dan Tantri, F. 2017. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 1, Cetakan 6. Rajawali Pers : Depok
- Amrullah, A. R. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat di Surabaya*. *Jurnal ilmu dan Riset Manajemen*, (Online), Vol. 5, No. 7, (<https://ejournal.stiesia.ac.id/jirm/article/viewFile/1587/1549>, di akses pada tanggal 23 Januari 2018)
- Angraini, Lusi. 2011. *Populas idan Sample* (Online) (<http://lusi-angraini.blogspot.co.id/2011/12/populasi-dan-sample.html/m=1>, di akses pada tanggal 30 Januari 2018)
- Anwar, iful. 2015. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Showroom Maxim Housewares Grand City Mall Surabaya*. *Jurnal ilmu dan Riset Manajemen*, (Online), Vol. 4, No. 12, (<https://ejournal.stiesia.ac.id/jirm/article/download/1061/1016>, di akses pada tanggal 23 Januari 2018)
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Erlangga : Jakarta
- _____, 2011. *10th Marketing an Introduction*. Person : Indonesia
- _____, 2012. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 13. Erlangga : Jakarta
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 13. Erlangga : Jakarta
- Kotler Philip, 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. PT. Indeks Kelompok Gramedia : Jakarta
- _____, 2002. *Manajemen Pemasara*. Jilid 1, Edisi Milenium, Prehallindo : Jakarta
- Manap, H. A, 2016 .*Revolusi Manajemen Pemasaran*, Edisi pertama. Mitra Wacana Media : Jakarta
- Martini, Tina. 2015. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic pada Masyarakat Kabupaten Kudus*. *Jurnal Penelitian*,(Online),Vol.9,No.2,(<https://ejournal.stiesia.ac.id/jirm/article/viewFile/1587/1549>, di akses pada tanggal 19 Januari 2018)
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta : Bandung
- _____, 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta : Bandung

- Susanto, Imam. 2016. *Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen*. Jurnal Manajemen Teknologi, (Online), Vol. 15, No.1, (<https://journal.sbm.itb.ac.id/index.php/mantek/article/download/1724/pdf-10>, di akses pada tanggal 30 Januari 2018)
- Tjiptono Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Bayu Media Publishing : Malang
- , 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*, Edisi 3. Andi : Yogyakarta
- Tunis, A. J. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di The Secret Factory Outlet Bandung*. Pariwisata, (Online), Vol.III, No.2, (<http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/jp/article/view/902>, di akses pada tanggal 19 Januari 2018)
- Yustiawan, ody. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario di MPM Motor Sidoarjo*. Jurnal ilmu dan Riset Manajemen, (Online), Vol. 5, No. 2, (<https://ejournal.stiesia.ac.id/jirm/article/viewFile/1474/1432>, di akses pada tanggal 23 Januari 2018)

LAMPIRAN

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MOTOR X-RIDE PADA PT SURACO JAYA
ABADI MOTOR CABANG PALLANGGA KABUPATEN GOWA”

1. Identitas Responden

Nama :
Alamat :
Jenis Kelamin : L / P (Lingkari Salah Satu)
Umur :
Pekerjaan :

2. Jawablah pertanyaan berikut dengan member tanda centang (√) pada kolom yang tersedia !

STS : Sangat Tidak Setuju **S** : Setuju
TS : Tidak Setuju **SS** : Sangat Setuju
KS : Kurang Setuju

A. Kualitas Produk (Variabel X₁)

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Memiliki desain agresif dan sporty					
2.	Sangat efisien atau irit dengan konsumsi BBM					
3.	Memiliki fitur yang lengkap dan modern					
4.	Memiliki tarikan mesin yang cukup responsif, sehingga mampu menempuh jalan yang berkarakter dan menanjak					

B. Harga (Variabel X₂)

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Kemudahan membeli sepeda motor Yamaha X-Ride secara kredit					
2.	Yamaha sering memberikan potongan harga (diskon) atau cash back pada setiap pembelian produknya					
3.	Harga sepeda motor Yamaha X-Ride terjangkau oleh daya beli masyarakat					
4.	Harga sepeda motor Yamaha X-Ride relatif lebih murah dibandingkan dengan merek sepeda motor perusahaan lain					
5.	Harga sepeda motor Yamaha X-Ride sesuai dengan kualitas yang diperoleh					

C. Keputusan Pembelian (Variabel Y)

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya membeli sepeda motor Yamaha X-Ride untuk memenuhi kebutuhan berkendara					
2.	Saya mengunjungi dealer resmi Yamaha untuk mendapatkan informasi mengenai sepeda motor Yamaha X-Ride					
3.	Saya merasa harga sepeda motor Yamaha X-Ride sesuai dengan kualitas produknya					
4.	Saya memutuskan untuk membeli sepeda motor Yamaha X-Ride karena brand imagenya yang sudah terkenal					
5.	Saya merasa puas dengan kualitas dan harga yang dimiliki oleh sepeda motor Yamaha X-Ride					

TABULASI KUESIONER

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MOTOR BEAT STREET PADA PT SURACO JAYA ABADI MOTOR CABANG PALLANGGA KAB GOWA

No.	Kualitas Produk				Jumlah	Harga					Jumlah	Keputusan Pembelian					Jumlah
	1	2	3	4		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
1	4	4	5	5	18	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24
2	5	5	5	5	20	5	4	4	3	5	21	4	5	4	4	5	22
3	4	4	4	5	17	4	4	3	3	4	18	4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	5	20	4	4	3	3	4	18	5	4	4	4	5	22
5	3	5	5	5	18	4	4	3	4	4	19	4	3	4	4	3	18
6	4	5	5	5	19	5	3	4	4	4	20	5	3	4	4	4	20
7	4	4	4	4	16	4	3	4	3	4	18	4	3	4	3	5	19
8	5	5	5	4	19	4	4	4	4	4	20	5	4	5	4	5	23
9	4	4	4	4	16	4	4	4	5	5	22	4	3	4	3	4	18
10	5	5	5	5	20	4	4	4	3	4	19	5	5	4	4	5	23
11	4	5	5	5	19	4	3	3	3	4	17	4	4	4	4	4	20
12	5	5	5	5	20	5	3	4	4	4	20	4	5	5	4	4	22
13	5	5	5	5	20	5	5	5	3	5	23	5	4	5	5	5	24

67

14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	5	21	5	4	4	5	4	22
15	4	4	4	4	16	5	5	4	3	4	21	4	5	4	4	4	21
16	5	5	5	5	20	5	3	4	3	4	19	5	4	5	5	5	24
17	5	5	5	5	20	4	4	4	3	4	19	5	5	4	4	5	23
18	4	4	4	4	16	4	4	3	3	4	18	4	4	5	4	4	21
19	4	5	4	5	18	5	5	4	4	4	22	5	5	4	4	5	23
20	5	5	5	5	20	4	4	5	5	5	23	5	4	5	5	4	23
21	4	4	4	5	17	4	4	3	3	5	19	5	4	5	4	5	23
22	5	5	5	5	20	5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	4	21
23	5	4	4	4	17	5	5	4	3	5	22	5	5	4	4	5	23
24	4	5	5	5	19	4	3	4	3	4	18	5	4	4	4	4	21
25	4	4	5	5	18	4	4	5	3	4	20	5	4	4	4	4	21
26	4	5	5	5	19	4	4	4	3	4	19	5	4	4	4	4	21
27	5	4	4	4	17	4	4	4	3	4	19	5	4	5	4	5	23
28	5	5	5	5	20	5	4	3	3	5	20	5	3	5	4	5	22
29	4	3	4	5	16	4	4	4	3	5	20	5	5	4	3	4	21
30	4	4	4	5	17	5	4	4	3	5	21	5	4	4	4	4	21

68

Lampiran 3

Tabel Nilai Kritis R Pearson ($p = 0,05$)

N	DB	R	N	DB	R	N	DB	R
3	1	0,997	36	34	0,329	69	67	0,237
4	2	0,950	37	35	0,325	70	68	0,235
5	3	0,878	38	36	0,320	71	69	0,234
6	4	0,811	39	37	0,316	72	70	0,232
7	5	0,754	40	38	0,312	73	71	0,230
8	6	0,707	41	39	0,308	74	72	0,229
9	7	0,666	42	40	0,304	75	73	0,227
10	8	0,632	43	41	0,301	76	74	0,226
11	9	0,602	44	42	0,297	77	75	0,224
12	10	0,576	45	43	0,294	78	76	0,223
13	11	0,553	46	44	0,291	79	77	0,221
14	12	0,532	47	45	0,288	80	78	0,220
15	13	0,514	48	46	0,285	81	79	0,219
16	14	0,497	49	47	0,282	82	80	0,217
17	15	0,482	50	48	0,279	83	81	0,216
18	16	0,468	51	49	0,276	84	82	0,215
19	17	0,456	52	50	0,273	85	83	0,213
20	18	0,444	53	51	0,271	86	84	0,212
21	19	0,433	54	52	0,268	87	85	0,211
22	20	0,423	55	53	0,266	88	86	0,210
23	21	0,413	56	54	0,263	89	87	0,208
24	22	0,404	57	55	0,261	90	88	0,207
25	23	0,396	58	56	0,259	91	89	0,206
26	24	0,388	59	57	0,256	92	90	0,205
27	25	0,381	60	58	0,254	93	91	0,204
28	26	0,374	61	59	0,252	94	92	0,203
29	27	0,367	62	60	0,250	95	93	0,202
30	28	0,361	63	61	0,248	96	94	0,201
31	29	0,355	64	62	0,246	97	95	0,200
32	30	0,349	65	63	0,244	98	96	0,199
33	31	0,344	66	64	0,242	99	97	0,198
34	32	0,339	67	65	0,240	100	98	0,197
35	33	0,334	68	66	0,239	101	99	0,196

Lampiran 4

DISTRIBUSI NILAI t_{tabel}

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$
1	3.078	6.314	12.71	31.82	63.66
2	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925
3	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841
4	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604
5	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032
6	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707
7	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499
8	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355
9	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250
10	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169
11	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106
12	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055
13	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012
14	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977
15	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947
16	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921
17	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898
18	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878
19	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861
20	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845
21	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831
22	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819
23	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807
24	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797
25	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787
26	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779
27	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771
28	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763
29	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756
30	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750
31	1.309	1.696	2.040	2.453	2.744
32	1.309	1.694	2.037	2.449	2.738
33	1.308	1.692	2.035	2.445	2.733
34	1.307	1.691	2.032	2.441	2.728
35	1.306	1.690	2.030	2.438	2.724
36	1.306	1.688	2.028	2.434	2.719
37	1.305	1.687	2.026	2.431	2.715
38	1.304	1.686	2.024	2.429	2.712
39	1.304	1.685	2.023	2.426	2.708
40	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704
41	1.303	1.683	2.020	2.421	2.701
42	1.302	1.682	2.018	2.418	2.698
43	1.302	1.681	2.017	2.416	2.695
44	1.301	1.680	2.015	2.414	2.692
45	1.301	1.679	2.014	2.412	2.690
46	1.300	1.679	2.013	2.410	2.687
47	1.300	1.678	2.012	2.408	2.685
48	1.299	1.677	2.011	2.407	2.682
49	1.299	1.677	2.010	2.405	2.680
50	1.299	1.676	2.009	2.403	2.678
51	1.298	1.675	2.008	2.402	2.676
52	1.298	1.675	2.007	2.400	2.674
53	1.298	1.674	2.006	2.399	2.672
54	1.297	1.674	2.005	2.397	2.670
55	1.297	1.673	2.004	2.396	2.668
56	1.297	1.673	2.003	2.395	2.667
57	1.297	1.672	2.002	2.394	2.665
58	1.296	1.672	2.002	2.392	2.663
59	1.296	1.671	2.001	2.391	2.662
60	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660
61	1.296	1.671	2.000	2.390	2.659
62	1.296	1.671	1.999	2.389	2.659
63	1.296	1.670	1.999	2.389	2.658
64	1.296	1.670	1.999	2.388	2.657
65	1.296	1.670	1.998	2.388	2.657
66	1.295	1.670	1.998	2.387	2.656
67	1.295	1.670	1.998	2.387	2.655
68	1.295	1.670	1.997	2.386	2.655
69	1.295	1.669	1.997	2.386	2.654
70	1.295	1.669	1.997	2.385	2.653
71	1.295	1.669	1.996	2.385	2.653
72	1.295	1.669	1.996	2.384	2.652
73	1.295	1.669	1.996	2.384	2.651
74	1.295	1.668	1.995	2.383	2.651
75	1.295	1.668	1.995	2.383	2.650
76	1.294	1.668	1.995	2.382	2.649
77	1.294	1.668	1.994	2.382	2.649
78	1.294	1.668	1.994	2.381	2.648
79	1.294	1.668	1.994	2.381	2.647
80	1.294	1.667	1.993	2.380	2.647
81	1.294	1.667	1.993	2.380	2.646
82	1.294	1.667	1.993	2.379	2.645
83	1.294	1.667	1.992	2.379	2.645
84	1.294	1.667	1.992	2.378	2.644
85	1.294	1.666	1.992	2.378	2.643
86	1.293	1.666	1.991	2.377	2.643
87	1.293	1.666	1.991	2.377	2.642
88	1.293	1.666	1.991	2.376	2.641
89	1.293	1.666	1.990	2.376	2.641
90	1.293	1.666	1.990	2.375	2.640
91	1.293	1.665	1.990	2.374	2.639
92	1.293	1.665	1.989	2.374	2.639
93	1.293	1.665	1.989	2.373	2.638
94	1.293	1.665	1.989	2.373	2.637
95	1.293	1.665	1.988	2.372	2.637
96	1.292	1.664	1.988	2.372	2.636
97	1.292	1.664	1.988	2.371	2.635
98	1.292	1.664	1.987	2.371	2.635
99	1.292	1.664	1.987	2.370	2.634
100	1.292	1.664	1.987	2.370	2.633
101	1.292	1.663	1.986	2.369	2.633
102	1.292	1.663	1.986	2.369	2.632
103	1.292	1.663	1.986	2.368	2.631
104	1.292	1.663	1.985	2.368	2.631
105	1.292	1.663	1.985	2.367	2.630
106	1.291	1.663	1.985	2.367	2.629
107	1.291	1.662	1.984	2.366	2.629
108	1.291	1.662	1.984	2.366	2.628
109	1.291	1.662	1.984	2.365	2.627
110	1.291	1.662	1.983	2.365	2.627
111	1.291	1.662	1.983	2.364	2.626
112	1.291	1.661	1.983	2.364	2.625
113	1.291	1.661	1.982	2.363	2.625
114	1.291	1.661	1.982	2.363	2.624
115	1.291	1.661	1.982	2.362	2.623
116	1.290	1.661	1.981	2.362	2.623
117	1.290	1.661	1.981	2.361	2.622
118	1.290	1.660	1.981	2.361	2.621
119	1.290	1.660	1.980	2.360	2.621
120	1.290	1.660	1.980	2.360	2.620

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

Df untuk penyebut (N2)	Df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

Lampiran 6

Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

1. Kualitas Produk (X₁)

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	JumlahX1
X1.1	Pearson Correlation	1	.386*	.344	.027	.614**
	Sig. (2-tailed)		.035	.063	.886	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.386*	1	.775**	.438*	.872**
	Sig. (2-tailed)	.035		.000	.015	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.344	.775**	1	.585**	.888**
	Sig. (2-tailed)	.063	.000		.001	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.027	.438*	.585**	1	.640**
	Sig. (2-tailed)	.886	.015	.001		.000
	N	30	30	30	30	30
JumlahX1	Pearson Correlation	.614**	.872**	.888**	.640**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.745	4

2. Harga (X₂)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	JumlahX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.270	.251	.082	.226	.540**
	Sig. (2-tailed)		.149	.182	.668	.230	.002
	N	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.270	1	.268	.118	.385*	.650**
	Sig. (2-tailed)	.149		.153	.533	.036	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.251	.268	1	.360	.243	.693**
	Sig. (2-tailed)	.182	.153		.051	.195	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.082	.118	.360	1	.231	.618**
	Sig. (2-tailed)	.668	.533	.051		.218	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.226	.385*	.243	.231	1	.629**
	Sig. (2-tailed)	.230	.036	.195	.218		.000
	N	30	30	30	30	30	30
JumlahX2	Pearson Correlation	.540**	.650**	.693**	.618**	.629**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.608	5

3. Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations					
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	JumlahY
Y1	Pearson Correlation	1	.130	.154	.369*	.342	.622**
	Sig. (2-tailed)		.493	.416	.045	.065	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.130	1	-.035	.168	.216	.574**
	Sig. (2-tailed)	.493		.854	.374	.252	.001
	N	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.154	-.035	1	.460*	.255	.559**
	Sig. (2-tailed)	.416	.854		.010	.173	.001
	N	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.369*	.168	.460*	1	.024	.639**
	Sig. (2-tailed)	.045	.374	.010		.902	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.342	.216	.255	.024	1	.616**
	Sig. (2-tailed)	.065	.252	.173	.902		.000
	N	30	30	30	30	30	30
JumlahY	Pearson Correlation	.622**	.574**	.559**	.639**	.616**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.001	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.544	5

Lampiran 7

Uji Parsial (Uji t)

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Harga (X2), Kualitas Produk (X1) ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.462	4.206		1.774	.087
	Kualitas Produk (X1)	.414	.167	.400	2.481	.020
	Harga (X2)	.329	.145	.367	2.275	.031

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Uji Simultan (Uji f)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22.844	2	11.422	5.698	.009 ^a
	Residual	54.123	27	2.005		
	Total	76.967	29			

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Produk (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Lampiran 8

Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.545 ^a	.297	.245	1.41582

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Produk (X1)



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

No. 62 TAHUN1439 H/XI/2017 M

Tentang

**PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIV. MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS Universitas Muhammadiyah Makassar, setelah :

- Menimbang : 1. Untuk tertib administrasi dalam penulisan dan penyusunan skripsi mahasiswa di lingkungan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unismuh Makassar dipandang perlu mengeluarkan surat keputusan untuk dosen pembimbing.
2. Untuk maksud diatas, maka perlu diatur dalam satu surat keputusan.
- Mengingat : 1. Qaidah Perguruan Tinggi Muhammadiyah Tahun 1999
2. Statuta Universitas Muhammadiyah Makassar 2001
3. Peraturan yang berlaku di lingkungan Univ. Muhammadiyah Makassar
- Memperhatikan : Usulan Kaprodi Manajemen, pada tanggal 17 November 2017 M.

Dengan memohon inayah Allah Swt,

MEMUTUSKAN :

Menetapkan :

Pertama : Mengangkat dosen pembimbing skripsi mahasiswa:

Nama : Nurul Fathayani
Stambuk : 105720486114
Program Studi : Manajemen
Pembimbing I : Dr. Hj. Ruliaty, MM
Pembimbing II : Samsul Rizal, SE., MM

JudulSkripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Motor X-Ride Pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kab. Gowa.

- Kedua : Seluruh pembiayaan menyangkut dosen pembimbing dan penguji dibebankan berdasarkan peraturan yang berlaku di lingkungan Unismuh Makassar.
- Ketiga : Surat keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkannya dan berakhir setelah yudisium mahasiswa yang bersangkutan.
- Keempat : Surat keputusan ini akan diperbaiki atau ditinjau kembali, apabila terdapat kesalahan atau kekeliruan.

Ditetapkan di : Makassar

Pada tanggal : 17 November 2017



Tembusan :

1. Rektor Unismuh Makassar
2. Kaprodi di lingkungan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
3. Masing-masing Mahasiswa



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor : 013/05/C.4-II/III/39/2018
Lamp. : -
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

Makassar, 26 Rajab 1439 H
13 April 2018 M

Kepada Yth.
Ketua LP3M Unismuh Makassar

di-
Makassar

Dengan hormat,

Dalam rangka proses penelitian dan penulisan skripsi mahasiswa di bawah ini :

N a m a : **Nurul Fathayani**
Stambuk : **105720486114**
Jurusan : **Manajemen**
Judul Penelitian : **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Motor X-Ride Pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa**

Dimohon kiranya mahasiswa tersebut dapat diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai tempat mahasiswa tersebut melakukan penelitian.

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuannya diucapkan terima kasih.



- Tembusan :
1. Rektor Unismuh Makassar
 2. Ketua Jurusan
 3. Mahasiswa Ybs.
 4. Arsip

Lampiran 11



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp.866972 Fax (0411)865588 Makassar 90221 E-mail :lp3mmismuh@plama.com



Nomor : 349/Izn-5/C.4-VIII/IV/37/2018
Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal
Hal : Permohonan Izin Penelitian

30 Rajab 1439 H
16 April 2018 M

Kepada Yth:
Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel
Cq. Kepala UPT P2T BKPMMD Prov. Sul-Sel
di -
Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 013/05/C.4-II/IV/39/2018 tanggal 14 April 2018, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : **NURUL FATHAYNI**
No. Stambuk : **10572 04861 14**
Fakultas : **Fakultas Ekonomi dan Bisnis**
Jurusan : **Manajemen**
Pekerjaan : **Mahasiswa**

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

"Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Motor X-Ride pada PT.Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 21 April 2018 s/d 21 Juni 2018.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran katziraa.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Ketua LP3M,

Dr. Ir. Abubakar Idhan, MP.
NBM 101 7716



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
BIDANG PENYELENGGARAAN PELAYANAN PERIZINAN

Nomor : 4608/S.01/PTSP/2018
Lampiran :
Perihal : **Izin Penelitian**

Kepada Yth.
Bupati Gowa

di-
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 349/Izn-05/C.4-VIII/IV/37/2018 tanggal 16 April 2018 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama : **NURUL FATHAYANI**
Nomor Pokok : 105720486114
Program Studi : Manajemen
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa(S1)
Alamat : Jl. Sultan Alauddin No. 259, Makassar

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka penyusunan Skripsi, dengan judul :

" PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MOTOR X-RIDE PADA PADA PT SURACO JAYA ABADI MOTOR CABANG PALLANGGA KABUPATEN GOWA "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **21 April s/d 21 Mei 2018**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami *menyetujui* kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
Pada tanggal : 16 April 2018

A.n. GUBERNUR SULAWESI SELATAN
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU
PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN
Selaku Administrator Pelayanan Perizinan Terpadu



A. M. YAMIN, SE., MS.
Pangkat : Pembina Utama Madya
Nip : 19610513 199002 1 002

Tembusan Yth
1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar;
2. Pertinggal.

SIMAP PTSP 17-04-2018



Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936
Website : <http://p2tbkprmd.suiseipro.go.id> Email : p2t_provysuisei@yahoo.com
Makassar 90222





PEMERINTAH KABUPATEN GOWA
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
Jln. Mesjid Raya No. 30. Telepon. 884637. Sungguminasa – Gowa

Sungguminasa, 19 April 2018

K e p a d a

Nomor : 070/ 522 /BKB.P/2018
Lamp : -
Perihal : Rekomendasi Penelitian

Yth. Ka. Cabang PT. Suraco Jaya Abadi Motor
Cabang Pallangga Kab. Gowa
Di-

T e m p a t

Berdasarkan Surat Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sul-Sel Nomor: 4608/S.01/PTSP/2018 tanggal 16 April 2018 tentang Rekomendasi Penelitian

Dengan ini disampaikan kepada saudara bahwa yang tersebut di bawah ini:

Nama : NURUL FATHAYANI
Tempat/Tanggal Lahir : Sungguminasa, 26 Oktober 1996
Jenis kelamin : Perempuan
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa (S1)
Alamat : BTN Graha Kalegowa

Bermaksud akan mengadakan Penelitian/Pengumpulan Data dalam rangka penyelesaian Skripsi/Tesis di wilayah/tempat Bapak/Ibu yang berjudul "**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MOTOR X-RIDE PADA PT SURACO JAYA ABADI MOTOR CABANG PALLANGGA KABUPATEN GOWA**"

Selama : 21 April s/d 21 Mei 2018
Pengkut : Tidak Ada

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, maka pada prinsipnya kami dapat menyetujui kegiatan tersebut dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan kepada yang bersangkutan harus melapor kepada Bupati Cq. Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kab.Gowa;
2. Penelitian/Pengambilan Data tidak menyimpang dari izin yang diberikan.;
3. Mentaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat setempat;
4. Menyerahkan 1 (satu) Eksemplar copy hasil penelitian kepada Bupati Gowa Cq. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kab.Gowa.

Demikian disampaikan dan untuk lancarnya pelaksanaan dimaksud diharapkan bantuan seperlunya.


BUPATI GOWA
KEPALA BADAN,

DRS. BAHARUDDIN.T
Pangkat : Pembina Utama Muda
NIP : 19600124 19791 1 001

Tembusan :
1. Bupati Gowa (sebagai laporan);
2. Ketua LP3M UNISMUH Makassar;
3. Yang bersangkutan;
4. Pertinggal.-

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa :

Nama : Nurul Fathayani
NIM/Jurusan : 105720486114/Manajemen
Pekerjaan : Mahasiswa (S1)
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Telah melaksanakan penelitian di PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang
Pallangga Kabupaten Gowa dalam rangka penelitian skripsi dengan judul :

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MOTOR X-RIDE
PADA PT. SURACO JAYA ABADI MOTOR CABANG PALLANGGA
KABUPATEN GOWA”**

Demikian surat keterangan penelitian ini di berikan untuk
dipergunakan sebagaimana mestinya, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan
terimakasih.

Makassar, 5 Mei 2018

Kepala Cabang



MUJI ROEM SYAHIR



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel.(0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR KONTROL BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nurul Fathayani
 Nomor Stambuk : 105720486114
 Prog.Studi / Jurusan : Manajemen / Manajemen
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
 Nama Pembimbing I : Dr. Hj. Ruliaty, MM
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Motor X-Ride Pada PT Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa

No	Hari / Tanggal	Uraian Perbaikan	Paraf / Tanda Tangan
1.	2 / 6 . 18	Sesuai esay di buat di perbaikan	
2.	3 / 6 . 18.	Acc ujian	

Makassar, Mei 2018

Mengetahui :

Ketua Jurusan Manajemen

Moh. Aris Pasigai, SE., MM
 NBM : 109 3485



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel.(0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR KONTROL BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nurul Fathayani
 Nomor Stambuk : 105720486114
 Prog.Studi / Jurusan : Manajemen / Manajemen
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
 Nama Pembimbing II : Samsul Rizal, SE., MM
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Motor X-Ride Pada PT Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Pallangga Kabupaten Gowa

No	Hari / Tanggal	Uraian Perbaikan	Paraf / Tanda Tangan
1.	30/12/18	- Abstrak - Pembahasan - Kesimpulan	
2.	31/12/18	- Pembahasan hasil wawancara - hasil tjt	

Makassar, Mei 2018

Mengetahui :

Ketua Jurusan Manajemen

Moh. Aris Fasiqai, SE., MM
 NBM : 109 3485

BIOGRAFI PENULIS



Nuru IFathayani, Lahir pada tanggal 26 Oktober 1996 di Sungguminasa, Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa adalah anak tunggal dari pasangan Bapak Sukri dan Ibu St. Haeriah. Jenjang Pendidikan formal yang pernah ditempuh penulis adalah SD Inpres Tetebatu Kabupaten Gowa lulus pada tahun 2008, kemudian melanjutkan Sekolah di SMP Negeri 3 Pallangga Kabupaten Gowa dan lulus pada tahun 2011, kemudian melanjutkan sekolah di SMK Negeri 1 Somba Opu (SMK Negeri 2 Gowa) dan lulus pada tahun 2014. Kemudian pada tahun yang sama penulis diterima di Universitas Muhammadiyah Makassar pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen melalui jalur *One Day Service* penerimaan mahasiswa baru dan sementara menjalani perkuliahan yang Insya Allah tahun ini mengantar penulis untuk mendapatkan gelar sarjana Strata Satu (S1).