

ABSTRACT

Nowdays, advancement in transportation industries specifically cars has led to competitiveness in society. New product with high quality is needed, where it is an important aspect for customers' consideration and also to outstand market competitors. Moreover, price setting is as important as product quality. Companies need to set precise price that fits consumers need without cutting companies' profit. This project studies the effect of product quality and price setting towards the buy demand of Honda Cars. Variable used as variable independent consist of price setting and product quality, and buy interest as the variable dependent. From the analysis, the price setting partially influence buy interest as big as 8.4681%. on the other hand, product quality did not have any significant effect on buy interest. As overall, there is influence from price setting and product quality as big as 6.90%.

Keywords: Price Setting, Product Quality, Buy Interest

ABSTRAK

Persaingan dalam dunia industri kendaraan salah satunya mobil semakin ketat, sehingga membuat perusahaan diuntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan yang mampu mempunyai nilai yang lebih, sehingga berbeda dari produk pesaing, kualitas produk yang menjadi salah satu pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Selain kualitas produk, penetapan harga yang tepat akan mendapatkan perhatian yang besar dari konsumen, jika harga yang ditetapkan oleh perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen maka pemilihan suatu produk akan dijatuhkan pada produk tersebut. Perusahaan menetapkan harga karena berbagai pertimbangan, dimana dalam penetapan harga tersebut disesuaikan juga dengan kualitas produk yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli mobil Honda. Variabel yang digunakan adalah harga dan kualitas produk sebagai variabel independen dan minat beli sebagai variabel dependen. Hasil yang diperoleh adalah secara parsial harga berpengaruh terhadap minat beli sebesar 8.4681% sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli. Secara simultan, terdapat pengaruh harga dan kualitas produk sebesar 6.90%.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Minat Beli

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4

BAB II.....	5
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	5
2.1 Kajian Teoritis.....	5
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	5
2.1.2 Bauran Pemasaran	7
2.1.3 Kualitas Produk	10
2.1.4 Harga.....	15
2.1.5 Perilaku Konsumen	30
2.1.6 Minat Beli	32
2.2 Rerangka Teoritis.....	38
2.3 Rerangka Pemikiran.....	39
2.4 Penelitian Terdahulu	40
2.5 Pengembangan Hipotesis	41
 BAB III.....	 44
METODE PENELITIAN.....	44
3.1 Jenis Penelitian.....	44
3.2 Populasi dan Sampel	44
3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	45
3.4 DOV	46

3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.6	Uji Instrumen	48
3.6.1	Uji Validitas	48
3.6.2	Uji Reliabilitas	49
3.7	Uji Data	50
3.7.1	Uji Normalitas	51
3.7.2	Uji Multikolinearitas	51
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas	52
3.8	Metode Analysis Data	53
3.9	Uji Hipotesis Penelitian.....	54
3.9.1	Uji t	54
3.9.2	Uji F	54
Bab IV		55
Hasil dan Pembahasan.....		55
4.1	Hasil Penelitian	55
4.1.1	Karakteristik Responden	55
4.1.2	Tanggapan Responden tentang Variabel X1 (Harga)	57
4.1.3	Tanggapan Responden tentang Variabel X2 (Kualitas Produk)	62
4.1.4	Tanggapan Responden tentang Variabel Y (Minat Beli).....	67
4.1.5	Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	71

4.1.5.1 Hasil Pengujian Validitas.....	71
4.1.5.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	75
4.1.6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	77
4.1.6.1 Hasil Uji Normalitas	77
4.1.6.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	78
4.1.6.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	80
4.1.7 Hasil Analisis Data.....	81
4.1.8 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	82
4.1.8.1 Hasil Uji t	82
4.1.8.2 Hasil Uji F	84
4.2 Pembahasan.....	86
BAB V.....	87
SIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Simpulan	87
5.2 Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	92
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rerangka Teoritis	38
Gambar 2.2 Rerangka Pemikiran	39

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3.1 Tabel DOV	46
Tabel 3.2 Tabel Skala Likert	48
Table 4.1 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Table 4.2 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
Table 4.3 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	57
Table 4.4 Tabel Harga mobil Honda sesuai dengan kemampuan atau daya beli masyarakat.....	57
Table 4.5 Tabel Cara pembayaran pembelian mobil Honda fleksibel	58
Table 4.6 Tabel Honda sering melakukan potongan harga (diskon) atau <i>cash back</i> pada setiap pembelian produknya	59
Table 4.7 Tabel Harga mobil Honda mampu bersaing dengan harga mobil lainnya.....	60
Table 4.8 Tabel Harga jual mobil Honda kembali relative tinggi.....	61
Table 4.9 Tabel Model mobil Honda menarik dan mengesankan, sehingga menambah percaya diri	62
Table 4.10 Tabel Mobil Honda sempurna dan bebas dari cacat	63
Table 4.11 Tabel Jenis warna mobil Honda sesuai dengan keinginan Anda	64
Table 4.12 Tabel Desain mobil Honda sesuai dengan keinginan dan kebutuhan Anda ..	65
Table 4.13 Tabel Mobil Honda memiliki daya tahan mesin yang tangguh, sehingga mampu menempuh perjalanan jauh dan dapat dipakai disegala macam acara	66

Table 4.14 Tabel Anda berpikir tentang produk Honda sebagai pilihan ketika membeli produk otomotif.....	67
Table 4.15 Tabel Anda mencari informasi tentang produk Honda	68
Table 4.16 Tabel Anda mempertimbangkan untuk membeli produk Honda.....	69
Table 4.17 Tabel Anda akan merekomendasikan kepada teman dan kerabat anda untuk membeli produk Honda.....	70
Table 4.18 Tabel Hasil KMO awal	71
Table 4.19 Tabel Hasil KMO akhir.....	72
Table 4.20 Tabel Hasil Uji Validitas Awal	73
Table 4.21 Tabel Hasil Uji Validitas Akhir	74
Table 4.22 Tabel Hasil Koefisien Reliabilitas	75
Table 4.23 Tabel Hasil Uji Normalitas	78
Table 4.24 Tabel Hasil Uji Multikolinearitas	79
Table 4.25 Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas	80
Table 4.26 T <i>Coefficients</i> Regresi Linier Berganda.....	81
Table 4.27 Tabel <i>Correlations</i> Regresi Linier Berganda.....	83
Table 4.28 Tabel <i>Model Summary</i> dan ANOVA Regresi Linier Berganda	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian.....	92
Lampiran B Data Frequencies.....	94
Lampiran C Validitas	100
Lampiran D Reliabilitas	103
Lampiran E Asumsi Klasik	105
Lampiran F Hipotesis.....	107