

ABSTRAK

Globalisasi telah memberikan perubahan terhadap cara perusahaan untuk berkompetisi. Perkembangan industri yang begitu pesat, perdagangan bisa terjadi lintas negara serta membuka pasar tenaga kerja internasional. Dengan diterapkannya perdagangan bebas maka produk dalam negeri dapat dipasarkan ke berbagai negara tanpa bea masuk.

Perkembangan jumlah penduduk yang cukup pesat serta beragamnya aktivitas kerja setiap orang memungkinkan segala aktivitas tersebut harus dilakukan secara cepat. Agar orang dapat melakukan pekerjaan secara cepat, dibutuhkan sarana pendukung, seperti sarana transportasi. Salah satu sarana transportasi tersebut adalah mobil. Diantara berbagai jenis mobil, terdapat satu jenis yang paling banyak diminati konsumen, yakni kendaraan serba guna (*Multi Purpose Vehicle/MPV*). Saat ini mobil jenis MPV yang memiliki market share tertinggi yaitu Toyota Innova, yang menempati peringkat ke-1. Meskipun demikian, pada setiap tahun, market share Toyota Kijang Innova cenderung menurun terutama pada tahun 2015 semester satu. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen juga tertarik untuk melakukan pembelian merek lain selain Toyota Kijang Innova dan ketidak stabilan ekonomi di Indonesia. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian ini seperti kualitas produk, harga dan promosi.

Populasi dalam penelitian ini konsumen yang membeli Toyota Kijang Innova di Kota Bandung yang jumlahnya tidak diketahui. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *Purposive Sampling*. Jenis datanya adalah primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hasil analisis dengan menggunakan SPSS Versi 22 menunjukkan bahwa : Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Harga memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Promosi memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Globalization has given changes to the way the company to compete . Industrial development is so rapid , cross-border trade could occur as well as the opening of the international labor market . With the implementation of the free trade domestic products can be marketed to different countries without customs duties

The development of a fairly rapid rise in population as well as the various work activities everyone lets all activities must be done quickly. So that people can do the work quickly, it means supporting, such as means of transport. One of the means of transportation is a car. Between different types of cars, there is one kind of the most favorite consumers, namely Multi Purpose Vehicle (MPV). When this kind of car MPV having the market share of the highest such as toyota innova, who ranks to 1. Nevertheless, in every year market share Toyota Kijang Innova tending to decline. It shows that also interested consumers to buy brand other than Toyota Kijang Innova and economic instability in Indonesia. Many factors that could affect the decision this purchase products, like qualities, prices, and promotion

The population in this research consumers who buy Toyota Innova in Bandung city whose number is unknown. The sample in this study were 100 respondents. Sampling techniques in this research was conducted with the Purposive Sampling technique. Its data type is primary. Method of data collection using the questionnaire. Analysis technique used is multiple regression linear.

The result analysis using SPSS version 22 shows that: Product Quality influence the Purchasing Decisions. Brand Image influence the Decision Purchase. Price influence the Decision Purchase. Promotion influence the Decision Purchase.

Keywords : Product Quality, Price, Promotion And Purchasing Decisions.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GRAFIK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	11
1.3 Tujuan penelitian.....	12
1.4 Manfaat penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Konsep Pemasaran	13
2.1.2 Tujuan Pemasaran	15
2.1.3 Strategi Pemasaran.....	16
2.1.4 Bauran Pemasaran.....	19
2.1.5 Perilaku Konsumen	21
2.1.6 Kualitas Produk.....	22
2.1.7 Harga	26
2.1.8 Promosi	32
2.1.9 Keputusan Pembelian.....	41
2.2 Rerangka Pemikiran.....	45
2.3 Rerangka Teoritis	47
2.4 Penelitian Terdahulu	48
2.5 Pengembangan Hipotesis	51
2.6 Model Penelitian	53
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	54
3.1.1 Populasi dan Sampel	55
3.1.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	56
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	58
3.3 Sumber Data.....	59
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	60

3.5 Teknik Analisis Data.....	62
3.5.1 Uji Instrumen	62
3.5.2 Metode Analisis Data.....	64
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	69
4.1.1 Karakteristik Responden	69
4.2 Hasil dan Pembahasan.....	73
4.2.1 Uji Validitas	73
4.2.2 Uji Reliabilitas	74
4.2.3 Uji Normalitas.....	76
4.2.4 Uji Multikolinearitas	77
4.2.5 Uji Heterokedastisitas	78
4.2.6 Regresi Linear Berganda.....	79
4.2.7 Koefisien Korelasi.....	81
4.2.8 Koefisien Determinasi.....	82
4.2.9 Uji T	83
 BAB V PENUTUP	
5.1 Simpulan	84
5.2 Implikasi Manajerial	85
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	86
5.4 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	91
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS	106

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	22
Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian	41
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	46
Gambar 2.4 Kerangka Teoritis.....	47
Gambar 2.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	53



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Top Brand Award Kategori Mobil MPV 2012-2015.....	5
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis Kelamin.....	69
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	70
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	71
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	72
Tabel 4.5 Uji Validitas	73
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas	75
Tabel 4.7 Uji Normalitas.....	76
Tabel 4.8 Uji Multikolinearitas	77
Tabel 4.9 Uji Heterokedastisitas	78
Tabel 4.10 Regresi Linear Berganda.....	79
Tabel 4.11 Koefisien Korelasi.....	81
Tabel 4.12 Koefisien Determinasi.....	82
Tabel 4.13 Uji T	83

DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik 1.1 Kurs Dollar (USD) Terhadap Rupiah	3
Grafik 1.2 Tren Penjualan Mobil di Indonesia 2007-2015.....	4
Grafik 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan umur.....	70

