

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MOBIL BEKAS PADA PT ONG CITRA NUSA**

**SKRIPSI**



**Oleh  
Weliam Tan  
160910017**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2020**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MOBIL BEKAS PADA PT ONG CITRA NUSA**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
guna memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh  
Weliam Tan  
160910017**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2020**

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Nama : Weliam Tan  
NPM : 160910017  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

**Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Mobil Bekas Pada Pt Ong Citra Nusa**

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi. ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi. ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi. ini digugurkan dan skripsi. yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari Siapapun.

Batam, 01 Februari 2020

Materai 6000

Weliam Tan  
160910017

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MOBIL BEKAS PADA PT ONG CITRA NUSA**

**Oleh:  
Weliam Tan  
160910017**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
guna memperoleh gelar Sarjana**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal**

**Seperti tertera di bawah ini**

**Batam, 01 Februari 2020**

**Dr. Suhardi, S.E., M.M.  
Pembimbing**

## ABSTRAK

Kemajuan aktivitas penjualan mobil yang semakin pesat menimbulkan tingkat persaingan usaha yang ketat. Demikian juga untuk *showroom* mobil yang menjual barang sejenis. Dengan adanya produk sejenis yang dijual oleh *dealer* atau usaha *showroom* jual-beli mobil bekas yang berbeda, sedang keinginan konsumen beraneka ragam membuat konsumen menjadi bebas menentukan produk yang dapat memuaskan kebutuhannya. Dalam usaha untuk menentukan langkah-langkah maju agar sesuai dengan tujuan perusahaan yaitu untuk memperoleh keuntungan semaksimal mungkin dengan potensi dan kemampuan yang maksimal, salah satu cara yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut adalah pemasaran. Pemasaran merupakan salah satu bidang yang harus diperhatikan demi keberhasilan perusahaan disamping kegiatan bidang lainnya seperti produksi, personalia dan keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT Ong Citra Nusa. Sampel yang diambil dengan teknik *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling*, dan teknik pengumpulan data menggunakan metode survey melalui kuesioner. Ukuran besarnya sampel yang diambil dengan menggunakan rumus slovin adalah sebesar 101 responden. Metode pengolahan data menggunakan metode regresi linear berganda dengan alat bantu SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 21. Berdasarkan hasil pengujian, dapat diketahui bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, serta harga, promosi dan kualitas produk secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata kunci:** Harga; Promosi; Kualitas Produk; Keputusan Pembelian

## ***ABSTRACT***

*The progress of car sales activities has increased the level of intense business competition. Likewise for car showrooms that sell similar goods. By showing a similar product sold by a dealer or showroom business buying and selling different cars, are in need of diverse consumers to make consumers free to determine products that can meet their needs. In an effort to determine the steps forward to match the company's goals, namely to obtain the maximum possible profit with maximum potential and ability, one way that must be done to achieve these goals is marketing. Marketing is one area that must be considered for the sake of the company in addition to other field activities such as production, personnel and finance. This study aims to study and analyze prices, promotions and product quality on purchasing decisions at PT Ong Citra Nusa. Samples were taken with non-probability sampling techniques with accidental sampling method, and data collection techniques using survey methods through questionnaires. The number of sample values taken using the Slovin formula is 101 respondents. Data processing method uses multiple linear regression method with SPSS (Product Statistics and Service Solution) version 21. Based on the test results, it can be associated with prices that are positively and significantly related to Purchase Decisions, promotions are positively and significantly related to Purchase Decisions, Product Quality which is positively and significantly enhanced with the Purchasing Decision, and the simultaneous price, promotion and quality of the product have a positive and significant influence on the Purchasing Decision.*

**Keywords:** *Price; Promotion, Product Quality, Purchasing Decisions*

## KATA PENGANTAR

Segala hormat, kemuliaan dan pujian bagi Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati.

Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom, M.SI. selaku rektor Universitas Putera Batam
  2. Ibu Rizki Tri Anugrah Bahkti, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
  3. Bapak Dr. Suhardi, S.E., M.M. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam
  4. Dosen dan Staf Universitas Putera Batam
  5. Bapak Tetuko Tieland sebagai Supervisor PT Ong Citra Nusa yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di PT Ong Citra Nusa.
  6. Seluruh Staf PT Ong Citra Nusa yang telah sangat banyak membantu dalam pengambilan data dan penyebaran Kuisioner.
  7. Kedua orang tua dan segenap keluarga tercinta yang selalu mendorong, mengingatkan, dan mendukung penulis dalam menyelesaikan studi
  8. Semua sahabatku dan teman-teman seperjuangan Manajemen terutama Tiefertani, Eryco Djohansyah, Ankho Cennatal, Saiman, Sherlie, dan Li Gong.
- Terima kasih atas bantuan dan dukungannya

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik Nya, Amin.

Batam, 01 Februari 2020

Weliam Tan

## DAFTAR ISI

|                                                      | Halaman     |
|------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                           | <b>iii</b>  |
| <b>SURAT PERNYATAAN .....</b>                        | <b>iii</b>  |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                 | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                | <b>vi</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                           | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                               | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                            | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                            | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR RUMUS .....</b>                            | <b>xiii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                        | <b>1</b>    |
| 1.1. Latar Belakang Penelitian.....                  | 1           |
| 1.2. Identifikasi Masalah.....                       | 8           |
| 1.3. Batasan Masalah.....                            | 8           |
| 1.4. Rumusan Masalah.....                            | 9           |
| 1.5. Tujuan Penelitian .....                         | 9           |
| 1.6. Manfaat Penelitian .....                        | 10          |
| 1.6.1. Manfaat Secara Teoritis .....                 | 10          |
| 1.6.2. Manfaat Secara Praktis.....                   | 10          |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>                 | <b>12</b>   |
| 2.1. Landasan Teori.....                             | 12          |
| 2.1.1. Harga.....                                    | 12          |
| 2.1.1.1. Pengertian Harga.....                       | 12          |
| 2.1.1.2. Tujuan Penetapan Harga .....                | 12          |
| 2.1.1.3. Strategi Penetapan Harga .....              | 14          |
| 2.1.1.4. Metode Penetapan Harga Jual.....            | 16          |
| 2.1.1.5. Indikator Harga .....                       | 17          |
| 2.1.2. Promosi .....                                 | 18          |
| 2.1.2.1. Pengertian Promosi .....                    | 18          |
| 2.1.2.2. Strategi Promosi .....                      | 19          |
| 2.1.2.3. Tujuan Promosi .....                        | 19          |
| 2.1.2.4. Metode Promosi .....                        | 20          |
| 2.1.2.5. Indikator Promosi.....                      | 21          |
| 2.1.3. Kualitas Produk.....                          | 22          |
| 2.1.3.1. Pengertian Kualitas Produk.....             | 22          |
| 2.1.3.2. Tujuan Kualitas Produk.....                 | 23          |
| 2.1.3.3. Dimensi Kualitas Produk .....               | 24          |
| 2.1.3.4. Pendekatan Perspektif Kualitas Produk ..... | 25          |
| 2.1.3.5. Indikator Kualitas Produk .....             | 26          |
| 2.1.4. Keputusan Pembelian.....                      | 28          |
| 2.1.4.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....         | 28          |

|                                                             |           |
|-------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.1.4.2. Jenis-Jenis Perilaku Keputusan Pembelian .....     | 29        |
| 2.1.4.3. Proses Keputusan Pembelian .....                   | 32        |
| 2.1.4.4. Peranan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian .....   | 33        |
| 2.1.4.5. Indikator keputusan Pembelian .....                | 34        |
| 2.2. Penelitian Terdahulu .....                             | 35        |
| 2.3. Kerangka Pikir .....                                   | 41        |
| 2.4. Hipotesis.....                                         | 41        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                      | <b>42</b> |
| 3.1. Desain Penelitian.....                                 | 42        |
| 3.2. Operasional Variabel.....                              | 42        |
| 3.2.1. Variabel Bebas (Independen Variable) .....           | 43        |
| 3.2.2. Variabel Terikat ( <i>Dependent Variable</i> ) ..... | 44        |
| 3.3 Populasi dan Sampel .....                               | 46        |
| 3.3.1 Populasi .....                                        | 46        |
| 3.3.2 Sampel.....                                           | 46        |
| 3.4. Teknik Pengumpulan Data.....                           | 47        |
| 3.4.1. Instrumen Penelitian.....                            | 47        |
| 3.5. Metode Analisis Data .....                             | 48        |
| 3.5.1. Analisis Deskriptif .....                            | 48        |
| 3.5.2. Uji Kualitas Data.....                               | 49        |
| 3.5.2.1. Pengujian Validitas Instrumen .....                | 49        |
| 3.5.2.2. Pengujian Reliabilitas Instrumen .....             | 51        |
| 3.5.3. Uji Asumsi Klasik .....                              | 51        |
| 3.5.3.1. Uji Normalitas.....                                | 51        |
| 3.5.3.2. Uji Multikolinearitas .....                        | 51        |
| 3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....                        | 52        |
| 3.5.4. Uji Pengaruh.....                                    | 52        |
| 3.5.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda.....              | 52        |
| 3.5.4.2 Analisis Koefisien Determinasi.....                 | 53        |
| 3.5.5 Uji Hipotesis.....                                    | 54        |
| 3.5.5.1. Uji T .....                                        | 55        |
| 3.5.5.2. Uji F .....                                        | 56        |
| 3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian .....                      | 56        |
| 3.6.1. Lokasi Penelitian.....                               | 56        |
| 3.6.2. Jadwal Penelitian.....                               | 57        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                    | <b>57</b> |
| 4.1. Hasil Penelitian .....                                 | 57        |
| 4.1.1. Profil Responden.....                                | 57        |
| 4.1.1.1. Profil Responden berdasarkan Usia .....            | 57        |
| 4.1.1.2. Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....    | 58        |
| 4.1.1.3. Profil Responden berdasarkan Pendidikan.....       | 59        |
| 4.1.1.4. Profil Responden berdasarkan Penghasilan .....     | 59        |
| 4.1.2 Analisis Deskriptif .....                             | 60        |
| 4.1.3. Hasil Uji Kualitas Data .....                        | 65        |
| 4.1.4. Hasil Uji Realibilitas Data .....                    | 69        |
| 4.1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik Regresi .....                 | 72        |

|                                                       |           |
|-------------------------------------------------------|-----------|
| 4.1.5.1. Hasil Uji Normalitas .....                   | 72        |
| 4.1.5.2 Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov .....          | 74        |
| 4.1.5.3. Hasil Uji Multikolinearitas.....             | 75        |
| 4.1.5.4. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....          | 76        |
| 4.1.6. Hasil Uji Pengaruh .....                       | 77        |
| 4.1.6.1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda ..... | 77        |
| 4.1.6.2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....         | 79        |
| 4.1.7. Uji Hipotesis.....                             | 80        |
| 4.1.7.1 Uji Parsial (Uji T).....                      | 80        |
| 4.1.7.2 Hasil Uji Simultan (Uji F).....               | 81        |
| 4.2. Pembahasan.....                                  | 82        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>               | <b>86</b> |
| 5.1. Kesimpulan .....                                 | 86        |
| 5.2. Saran.....                                       | 86        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                           | <b>88</b> |
| <b>LAMPIRAN</b>                                       |           |
| Lampiran 1. Pendukung Penelitian                      |           |
| Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup                      |           |
| Lampiran 3. Surat Izin Penelitian                     |           |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                  |    |
|--------------------------------------------------|----|
| Gambar 2. 1 Kerangka Pikir.....                  | 41 |
| Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas.....            | 73 |
| Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas (P-P Plot)..... | 73 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                            |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. 1. Data Penjualan Mobil Bekas di PT Ong Citra Nusa pada Januari – Juni 2019 ..... | 5  |
| Tabel 1. 2 Data Konsumen PT Ong Citra Nusa (Januari – Juni 2019) .....                     | 7  |
| Tabel 3. 1. Operasional Variabel Penelitian.....                                           | 45 |
| Tabel 3. 2. Jadwal Penelitian.....                                                         | 57 |
| Tabel 4. 1 Profil Responden berdasarkan Usia .....                                         | 58 |
| Tabel 4. 2 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....                                 | 58 |
| Tabel 4. 3. Profil Responden berdasarkan Pendidikan .....                                  | 59 |
| Tabel 4. 4. Profil Responden berdasarkan Penghasilan .....                                 | 59 |
| Tabel 4. 5 Rentang Skala .....                                                             | 60 |
| Tabel 4. 6 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Harga (X1).....                               | 61 |
| Tabel 4. 7. Hasil Analisis Deskripsi Variabel Promosi (X2) .....                           | 62 |
| Tabel 4. 8 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X3).....                     | 63 |
| Tabel 4. 9 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Y .....                                       | 65 |
| Tabel 4. 10. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1).....                                  | 66 |
| Tabel 4. 11. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X2) .....                               | 67 |
| Tabel 4. 12. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X3) .....                       | 68 |
| Tabel 4. 13. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....                    | 69 |
| Tabel 4. 14 Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas.....                                    | 70 |
| Tabel 4. 15. Hasil Uji Realibilitas Variabel Harga (X1).....                               | 70 |
| Tabel 4. 16. Hasil Uji Realibilitas Variabel Promosi (X2) .....                            | 71 |
| Tabel 4. 17. Hasil Uji Realibilitas Variabel Kualitas Produk (X3).....                     | 71 |
| Tabel 4. 18 Hasil Uji Realibilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....                   | 72 |
| Tabel 4. 19 Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov .....                                           | 74 |
| Tabel 4. 20 Hasil Uji Multikolinearitas.....                                               | 75 |
| Tabel 4. 21. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                                           | 76 |
| Tabel 4. 22 Hasil Koefisien Regresi .....                                                  | 77 |
| Tabel 4. 23 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                                    | 79 |
| Tabel 4. 24 Hasil Uji t.....                                                               | 80 |
| Tabel 4. 25 Hasil Uji F.....                                                               | 82 |

## DAFTAR RUMUS

|                                                   |    |
|---------------------------------------------------|----|
| Rumus 3. 1. Korelasi Pearson Product Moment ..... | 50 |
| Rumus 3. 2. Regresi Linear Berganda .....         | 53 |
| Rumus 3. 3. Uji t .....                           | 55 |
| Rumus 3. 4. Uji F .....                           | 56 |