

PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN DISTRIBUSI  
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN PADA PEMBELIAN  
SEPEDA MOTOR HONDA BEAT

(STUDI PADA KONSUMEN HONDA BEAT  
DI ASTRA MOTOR KOTA SEMARANG)

SKRIPSI



NOVITA LISTIYANI

16.D1.0027

PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
TAHUN 2022

# LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN DATA SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Novita Listiyani Sutanto

NIM : 16.D1.0027

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi  
Keputusan : Pengaruh Produk, Promosi, Harga dan Distribusi Terhadap

Konsumen Pada Pembelian Sepeda Motor Honda Beat( Studi Pada  
Konsumen Honda Beat Di ASTRA MOTOR Kota Semarang)

Alamat Lengkap : Jalan Singa Utara Dalam I/15, Semarang

Nama Orang Tua : Emi Ismawati

Nomor Tel.Ortu : 085866356647

Nomor HP Mahasiswa : 081513128554

Nomor HP Anggota Keluarga terdekat : 08882452771

Dengan ini saya menyatakan bahwa seluruh data yang saya tulis dalam laporan penelitian skripsi saya dengan judul Pengaruh Produk, Promosi, Harga dan Distribusi Terhadap Keputusan Konsumen Pada Pembelian Sepeda Motor Honda Beat( Studi Pada Konsumen Honda Beat Di ASTRA MOTOR Kota Semarang) merupakan data yang sebenarnya. Apabila suatu saat terbukti bahwa data yang saya cantumkan dalam skripsi adalah data fiktif maka saya bertanggung jawab menerima sanksi dari Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang, 10 November 2022

Hormat Saya,



Novita Listiyani

## HALAMAN PENGESAHAN



Judul Tugas Akhir: : Pengaruh produk, harga, promosi, dan distribusi terhadap keputusan konsumen pada pembelian sepeda motor honda beat(studi kasus konsumensepeda motor honda beat di kota Semarang)

Diajukan oleh : NOVITA LISTIYANI S

NIM : 16.D1.0027

Tanggal disetujui : 16 Desember 2022Telah  
setujui oleh

Pembimbing : A. Haryo Perwito S.E., MA.TRM.

Penguji 1 : Dr. J. Wijanto Hadipuro S.E., M.T.

Penguji 2 : Mg. Westri Kekalih S. S.E., M.E.

Penguji 3 : A. Haryo Perwito S.E., MA.TRM. Ketua

Program Studi : Dr. Widuri Kurniasari S.E., M.Si.Dekan :  
Drs. Theodorus Sudimin M.S.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

[sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=16.D1.0027](http://sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=16.D1.0027)

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas seluruh rahmat, nikmat dan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Produk, Promosi, Harga dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat(Studi Pada Konsumen Honda Beat di ASTRA MOTOR Kota Semarang)

Tujuan dalam penyusunan skripsi ini untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen(S.M.) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya keikutsertaan dan bimbingan dari berbagai pihak yang mendukung dalam proses penyusunan skripsi ini tidak dapat selesai dengan baik dan benar. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat, bimbingan dan penyertaan sehingga penelitian dan studi ini dapat di selesaikan.
2. Orang tua dan adik yang telah memberikan motivasi dan fasilitas.
3. Bapak A.Haryo Perwito,SE.,MA-TRM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, pikiran dan tenaga dengan penuh sabar.
4. Ibu Dr.Agatha Ferijani,MS-HRM selaku dosen wali yang telah memberikan bantuan dan motivasi.
5. Bapak Drs Theodorus Sudimin MS selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
6. Sahabat- sahabat yang telah memberikan arahan dan memberikan banyak motivasi.
7. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu tetapi tidak bisa di sebutkan satu persatu.

Semarang, 10 November 2022

Penulis



Novita Listiyani

NIM : 16.D1.0027

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Katolik Soegijapranata, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Novita Listiyani Sutanto  
NIM : 16.D1.0027  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Demi Pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Hak Bebas Royalti Non eksklusif (NonExclusive Royalty-Free Right) atas skripsi yang berjudul:

“Pengaruh Produk, Promosi, Harga dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi pada Konsumen Honda Beat di ASTRA MOTOR Semarang) dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan memublikasikan skripsi di atas dengan mencatumkan nama saya sebagai penulis.

Semarang, 10 November 2022

Yang menyatakan,



Novita Listiyani

## ABSTRAK

Oleh :

Novita Listiyani

NIM : 16.D1.0027

Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Distribusi terhadap Keputusan Konsumen pada Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi pada Konsumen Honda Beat di Astra Motor Kota Semarang)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga, promosi dan distribusi secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat.

Penelitian ini menggunakan data primer dengan menggunakan kuesioner dalam mengumpulkan penilaian responden dengan metode *purposive sampling*. Total responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 orang dengan kriteria pembeli motor Honda Beat tahun 2018-2021 yang berada di Astra Motor Kota Semarang. Teknik analisis menggunakan analisis regresi linier berganda, uji hipotesis parsial (uji t), uji hipotesis simultan (uji F) dan koefisien determinasi ( $R^2$ )

Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel distribusi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan variabel produk, harga dan promosi tidak berpengaruh signifikan. Hasil F hitung sebesar 20,891 lebih besar dari F tabel 1,69939 dengan  $R^2$  sebesar 3,236.

Kata Kunci : Produk, Harga, Promosi, Distribusi, Keputusan Pembelian, Honda Beat, Semarang

## **ABSTRACT**

By :

Novita Listiyani

ID : 16.D1.0027

*The Effect of Product, Price, Promotion and Distribution on Consumer Decisions on the Purchase of Honda Beat Motorcycles (Study on Honda Beat Consumers at Astra Motor Semarang City)*

*This study aims to determine the effect of product, price, promotion and distribution simultaneously and partially on the purchasing decisions of Honda Beat motorcycles.*

*This study uses primary data by using a questionnaire in collecting respondents' assessments with purposive sampling method. The number of respondents used in this study was 100 people with the criteria for buyers of Honda Beat motorbikes in 2021 who were at Astra Motor Semarang City. The analysis technique uses multiple linear regression analysis, partial hypothesis testing (t test), simultaneous hypothesis testing (f test) and coefficient of determination (R<sup>2</sup>)*

*This study shows that the distribution variable have a significant effect on purchasing decisions, and the product, price and promotion variables have no significant effect. The result of F count is 20,891 greater than F table 1,69939 with the determinant coefficient is 3,236.*

*Key word : Product, Price, Promotion, Distribution, Purchasing Decisions, Honda Beat, Semarang*

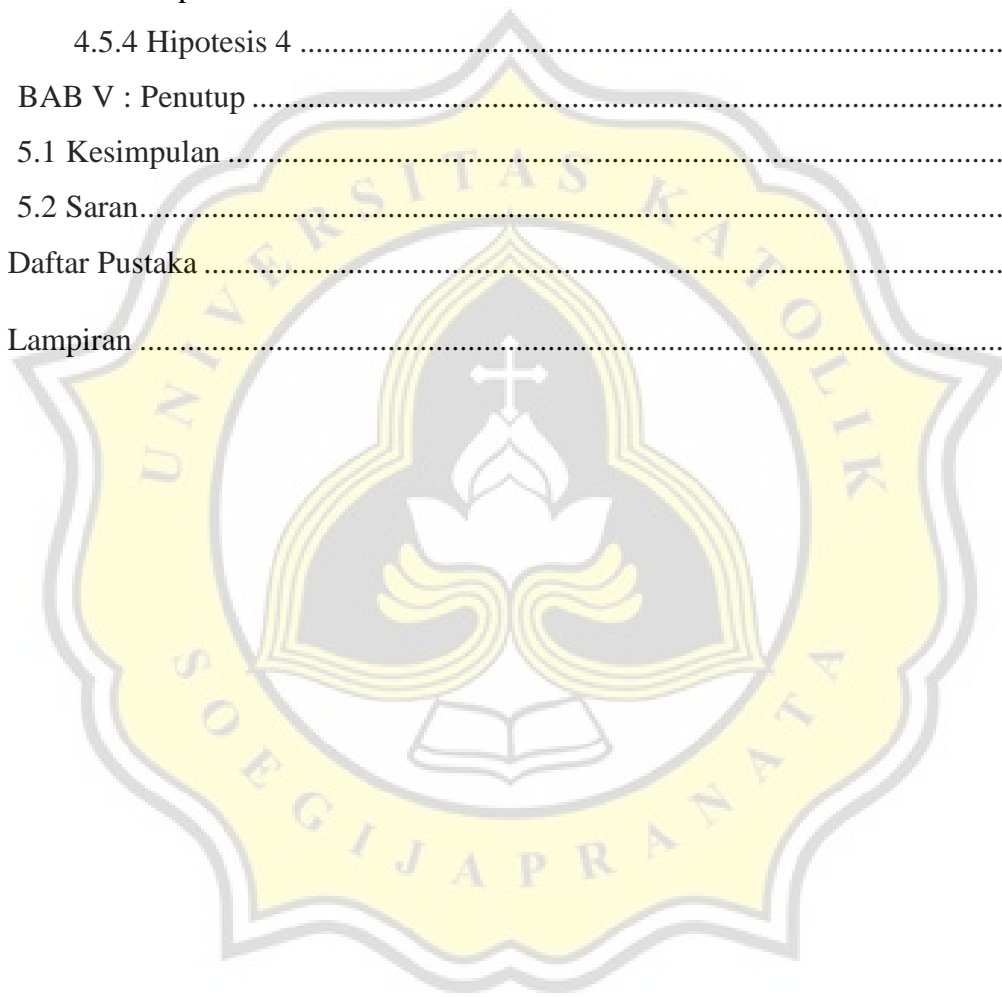
## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I : Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	4
BAB II : Landasan Teori.....	6
2.1 Landasan Teoritis .....	6
2.1.1 Bauran Pemasaran.....	6
2.1.2 Produk.....	6
2.1.3 Harga.....	7
2.1.4 Promosi .....	8
2.1.5 Distribusi.....	9
2.1.6 Model Keputusan Konsumen.....	9
2.1.7 Gambaran Umum Keputusan Konsumen .....	10
2.1.8 Proses Pengambilan Keputusan .....	12
2.2 Penelitian Terdahulu .....	14



2.3 Kerangka Penelitian .....	20
2.4 Hipotesis Penelitian .....	21
2.5 Definisi Operasional.....	22
<b>BAB III Metodologi Penelitian.....</b>	<b>25</b>
3.1 Obyek dan Lokasi Penelitian .....	25
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling .....	25
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	26
3.3.1 Jenis dan Sumber Data.....	26
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.3.3 Uji Validitas .....	27
3.3.4 Uji Reliabilitas .....	27
3.4 Alat Analisis Data.....	27
3.4.1 Analisis Deskriptif .....	27
3.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	28
3.4.3 Uji Hipotesis .....	28
<b>BAB IV : Analisis Dan Pembahasan .....</b>	<b>30</b>
4.1 Profil Responden.....	30
4.1.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	30
4.1.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	30
4.1.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	31
4.1.4 Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan .....	31
4.2 Analisis dan Pembahasan Persepsi Responden terhadap Variabel.....	32
4.2.1 Deskripsi Variabel Produk Honda Beat .....	32
4.2.2 Deskripsi Variabel Harga Honda Beat .....	34
4.2.3 Deskripsi Variabel Promosi Honda Beat .....	35
4.2.4 Deskripsi Variabel Distribusi Honda Beat.....	36
4.2.5 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian Honda Beat .....	37

4.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	39
4.4 Analisis Uji Hipotesis .....	40
4.4.1 Uji F .....	40
4.4.2 Uji t .....	41
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	44
4.5.1 Hipotesis 1 .....	44
4.5.2 Hipotesis 2 .....	44
4.5.3 Hipotesis 3 .....	45
4.5.4 Hipotesis 4 .....	46
BAB V : Penutup .....	47
5.1 Kesimpulan .....	47
5.2 Saran.....	48
Daftar Pustaka .....	49
Lampiran .....	51

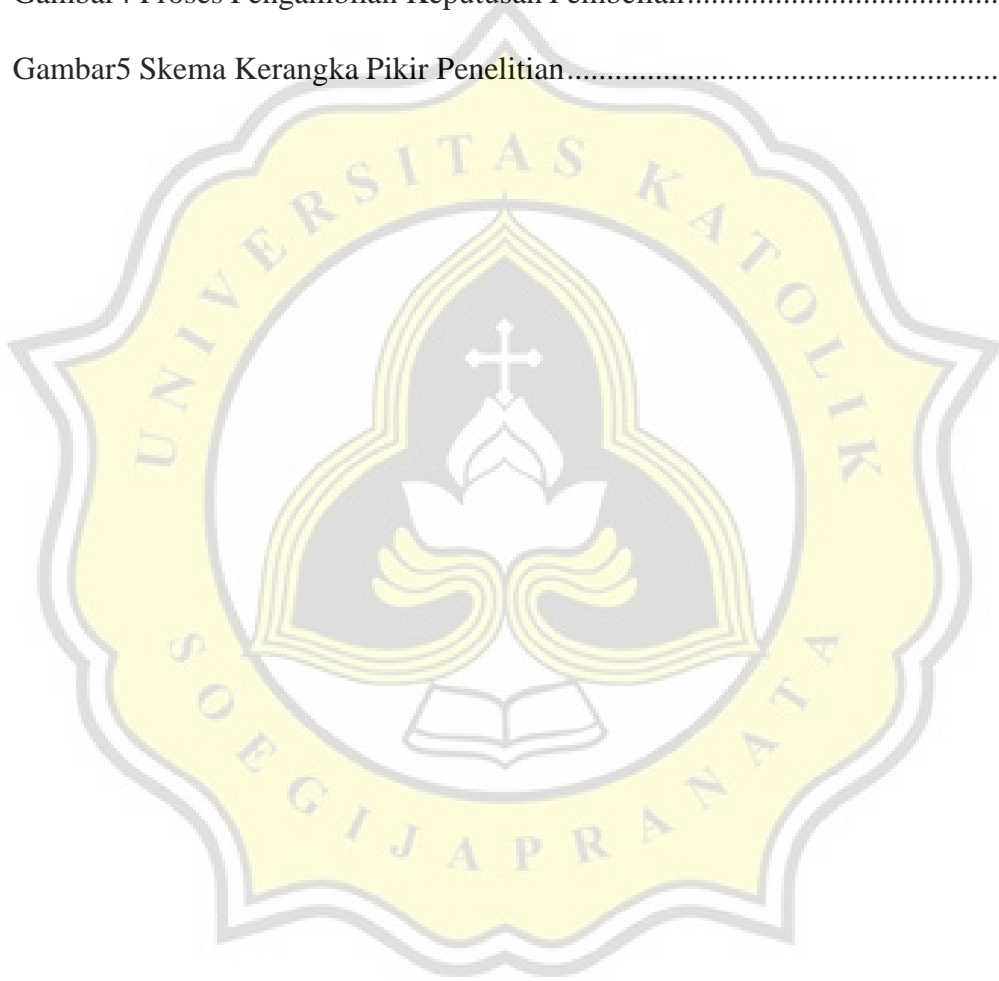


## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 2.2 Tabel Definisi Operasional Variabel .....	22
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	30
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	30
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan .....	31
Tabel 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan .....	32
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Produk .....	32
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Harga .....	34
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Promosi .....	35
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Distribusi .....	36
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian .....	38
Tabel 4.10 Uji Regresi Linier Berganda .....	39
Tabel 4.11 Uji t .....	42

## DAFTAR GAMBAR

Gambar1 Skema Tingkat Saluran Pemasaran Barang Konsumsi.....	9
Gambar 2 Model Keputusan Konsumen .....	10
Gambar 3 Gambaran Mengenai Kekuatan yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	11
Gambar4 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	12
Gambar5 Skema Kerangka Pikir Penelitian.....	21



## DAFTAR LAMPIRAN

Kuisisioner.....	58
Hasil Kuisisioner.....	65
Hasil Olah Data.....	70

