

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN MEREK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR MEREK
HONDA BEAT DI KOTA PALEMBANG**



MUHAMMAD YOGA HILIAN SAPUTRA

1656200158

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi

(S.E)

PALEMBANG

2020

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Jangan biarkan kesulitan membuatmu gelisah, karena bagaimanapun juga hanya di malam yang paling gelapah bintang-bintang tampak bersinar lebih terang.”

-Ali Bin Abi Thalib-

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah kupanjatkan kepada Allah SWT, dimana atas segala rahmat dan juga kesempatannya lah skripsi ini dapat terselesaikan dengan waktu yang tepat.

Dengan bangga Skripsi ini kupersembahkan kepada

- Kedua orang tuaku tercinta
 - Saudaraku tersayang
 - Keluarga terkasih
 - Sahabat-sahabat
 - Almamater

JAZAKUMULLAH KHAIR

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – INDONESIA

A. Huruf Konsonan

ا	=	'	ز	=	z	ق	=	q
ب	=	b	س	=	s	ك	=	k
ت	=	t	ش	=	sy	ل	=	l
ث	=	ṡ	ص	=	Ṣ	م	=	m
ج	=	j	ض	=	dh	ن	=	n
ح	=	h	ط	=	ṭ	و	=	w
خ	=	kh	ظ	=	zh	ه	=	h
د	=	d	ع	=	'	ء	=	`
ذ	=	ẓ	غ	=	gh	ي	=	y
ر	=	r	ف	=	f			

B. Ta` Marbûthah

1. Ta` marbûthah sukun ditulis contoh بِعِبَادَةٍ ditulis *bi 'ibâdah*.
2. Ta` marbûthah sambung ditulis contoh بِعِبَادَةِ رَبِّهِ ditulis *bi 'ibâdatrabbih*.

C. Huruf Vokal

1. Vokal Tunggal
 - a. Fathah (---) = a
 - b. Kasrah (--) = i
 - c. Dhammah (---) = u
2. Vokal Rangkap
 - a. (اي) = ay
 - b. (ي--) = îy
 - c. (او) = aw
 - d. (و--) = ûw
3. Vokal Panjang

a. (ا---) = a>

b. (ي---) = i>

c. (و---) = u>

D. Kata Sandang

Penulisan *al qamariyyah* dan *al syamsiyyah* menggunakan *al-*:

1. *Al qamarîyah* contohnya: ”الحمد“ ditulis *al-ĥamd*
2. *Al syamsîyah* contohnya: “النمل“ ditulis *al-naml*

E. Daftar Singkatan

H	=	Hijriyah
M	=	Masehi
hal.	=	halaman
Swt.	=	<i>subhânahu wa ta'âlâ</i>
saw.	=	<i>sall Allâh 'alaih wa sallam</i>
QS	=	al-Qur`ân Surat
HR	=	Hadis Riwayat
terj.	=	terjemah

F. Lain-Lain

Kata-kata yang sudah dibakukan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (seperti kata *ijmak*, *nas*, dll), tidak mengikuti pedoman transliterasi ini dan ditulis sebagaimana dalam kamus tersebut.

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi perkembangan industri otomotif Indonesia yang sangat pesat sehingga produsen berupaya semaksimal mungkin agar dapat bersaing guna memenuhi permintaan sepeda motor yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dari berbagai kalangan. Penelitian ini dilakukan secara empiris dengan menguji variabel kualitas produk, kepercayaan merek dan promosi terhadap keputusan pembelian motor merek Honda beat di kota Palembang.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif, menggunakan data primer. Data primer pada penelitian ini dihasilkan dari data kuesioner dari responden. Populasi pada penelitian ini ialah masyarakat Palembang pengguna motor merek Honda beat. Kemudian, sampel pada penelitian ini diambil melalui pendekatan metode *purposive sampling* dengan kriteria sedang menggunakan dan pernah menggunakan motor merek Honda beat. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini 107 responden. Teknik pengujian instrumen dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan reabilitas, sedangkan teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji f, uji t dan uji R².

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan pada hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,782 > 1,659$) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Variabel kepercayaan merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan pada hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,620 > 1,659$) dengan signifikansi $0,010 < 0,05$. Variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan pada hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,519 > 1,659$) dengan signifikansi $0,001 < 0,05$. Secara simultan variabel kualitas produk, kepercayaan merek dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan pada hasil $F_{hitung} 47,916 > F_{tabel} 2,69$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata kunci : Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, Promosi Dan Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Puji syukur atas kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya berupa ilmu pengetahuan dan petunjuk sehingga skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Merek Honda Beat Di Kota Palembang”** dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu ‘alaihi Wa Salam beserta keluarga, sahabat dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Skripsi ini diselesaikan sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program S1 Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang. Penulis menyadari masih banyak kesalahan dalam penulisan skripsi ini dan menghargai bantuan semua pihak dalam proses penyelesaian skripsi ini. Dengan penuh rasa syukur, penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan bimbingan dan do'a sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada :

1. Papa-ku Hikmat Solihin S.H. dan Mama-ku Arlina S.Tr.Keb. yang saya sayangi dan cintai. Saya mengucapkan ribuan terima kasih atas semua jasa-jasa kalian yang telah mendukungku baik secara moral dan materil hingga mampu melewati seluruh suka duka, sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Ibu Prof. Dr. Nyayu Khodijah, S. AG., M.SI selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
3. Bapak Dr. Heri Junaidi, M.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
4. Ibu Dr. Maftukhatusolikhah, M.Ag. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

5. Bapak Rudi Aryanto, M.Si. selaku pembimbing utama saya yang telah memberikan bimbingan dan arahan hingga dapat menyelesaikan skripsi saya dengan baik.
6. Ibu Hj. Siti Mardiyah, S.HI, M.Sh. selaku pembimbing kedua saya yang telah banyak meluangkan waktunya, memberikan banyak kontribusi tenaga dan pikiran, serta memberi arahan agar dapat memudahkan penulis dalam pembuatan skripsi.
7. Ibu Juwita Anggraini, M.H.I selaku Penasehat Akademik.
8. Seluruh Dosen, Staff Administrasi dan Pengurus Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan layanan dan kemudahan dalam kelancaran penulisan skripsi ini.
9. Saudara/i yang ku sayangi Ayu Hilia Putri dan Muhammad Yudhi Prawira Putra yang memberikan semangat selama penulisan skripsi.
10. Sahabat seperjuanganku Ari Sazili S.E., Mulyawan Fisabilillah, Muhammad Runtani, Muhammad Rizky, Maulana Agung Kharisma, Muhammad Firmansyah, Moh Zainuri, Muhammad Faqih Harisudin dan Muhammad Ridho terima kasih atas segala suka duka, canda tawa dan segalanya yang tidak bisa penulis ungkapkan satu persatu, semoga Allah SWT mewujudkan segala cita-cita kita. Aamiin.
11. Teman-teman EkSya 4 2016 yang penulis sayangi, yang selalu menjadi semangat dalam menjalani keseharian selama masa perkuliahan berlangsung, semoga Allah SWT membalas segala kebaikan kalian semua.
12. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini sampai selesai dengan sangat baik.

Semoga Allah SWT melimpahkan segala rahmat, karunia serta hidayah-Nya kepada mereka semua untuk membalas segala kebaikan, dukungan, motivasi, dan pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis.

Terakhir penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca, khususnya mahasiswa dan masyarakat luas pada umumnya.

Wassalamu 'alaikum warahmatullah wabarakatuh

Palembang, Desember 2020

Penulis

Muhammad Yoga Hilian Saputra

NIM.1656200158

DAFTAR ISI

MOTTO DAN PERSEMBAHAN	2
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – INDONESIA	3
ABSTRAK	5
KATA PENGANTAR	6
DAFTAR ISI	9
DAFTAR TABEL	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR GAMBAR	12
BAB I	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
B. Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
C. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
E. Sistematika Penulisan	Error! Bookmark not defined.
BAB II	Error! Bookmark not defined.
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS Error! Bookmark not defined.	
A. Landasan Teori.....	Error! Bookmark not defined.
1. Perilaku Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2. Teori Keputusan pembelian	Error! Bookmark not defined.
3. Teori Kualitas Produk	Error! Bookmark not defined.
4. Teori Kepercayaan Merek.....	Error! Bookmark not defined.
5. Teori Promosi.....	Error! Bookmark not defined.
B. Penelitian terdahulu	Error! Bookmark not defined.
C. Kerangka Pemikiran Teori	Error! Bookmark not defined.
D. Pengembangan hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III	Error! Bookmark not defined.
METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
B. Desain Penelitian	Error! Bookmark not defined.

C. Sumber Data dan Jenis Data	Error! Bookmark not defined.
D. Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
E. Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
E. Variabel-Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
F. Definisi operasional variable	Error! Bookmark not defined.
G. Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
H. Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
1. Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
2. Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.
C. Uji Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Hasil Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
1. Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
2. Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
E. Pembahasan Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB V.....	Error! Bookmark not defined.
PENUTUP.....	Error! Bookmark not defined.
A. Simpulan	Error! Bookmark not defined.
B. Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.

Daftar Tabel

Tabel 1.1 Data Penjualan Motor Januari 2019.....	6
Tabel 1.2 <i>Research Gap</i> Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	12
Tabel 1.3 <i>Research Gap</i> Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	13
Tabel 1.4 <i>Research Gap</i> Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	14
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	38
Tabel 3.1 Tabel Skala <i>Likert</i>	49
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel(X).....	50
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel(Y).....	51
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	59
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	59
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	60
Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan keterangan pengguna.....	61
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	62
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Kepercayaan Merek.....	62
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Promosi.....	63
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	63
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas.....	65
Tabel 4.11 Hasil Uji Linieritas.....	66
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas.....	67
Tabel 4.13 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	68
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	69
Tabel 4.15 Hasil Uji t.....	70
Tabel 4.16 Hasil Uji R ²	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap Keputusan Pembelian	23
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	41