

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, INOVASI PRODUK, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA  
BEAT DI JAKARTA SELATAN**

**TUGAS AKHIR**

**Andreas Ardhika Nugroho**

**203402516269**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA**

**2024**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, INOVASI PRODUK, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA  
BEAT DI JAKARTA SELATAN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen  
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh :

**Andreas Ardhika Nugroho**

**203402516269**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA**

**2024**

## LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya segala pernyataan dalam skripsi

yang berjudul :

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, INOVASI PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA BEAT DI JAKARTA SELATAN**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Skripsi ini pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Februari 2024



*Andreas Ardhika Nugroho*  
Andreas Ardhika Nugroho

203402516269

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas akhir :PENGARUH PERSEPSI HARGA, INOVASI  
PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MOTOR HONDA BEAT DI JAKARTA  
SELATAN

Nama Mahasiswa : ANDREAS ARDHKA NUGROHO

Nomor Pokok : 203402516269

Program Studi : MANAJEMEN



Jakarta, 16 Februari 2024

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas akhir : PENGARUH PERSEPSI HARGA, INOVASI PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA BEAT DI JAKARTA SELATAN

Nama Mahasiswa : ANDREAS ARDHICA NUGROHO

Nomor Pokok : 203402516269

Program Studi : MANAJEMEN

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui,  
Pembimbing Tugas Akhir

(Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M)

Ketua Penguji

Anggota/Penguji

(Dr. Elwisam, S.E., M.M.)

(Dr. Ir, Farida, M.M.)

Mengetahui,

Dekan

(Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ee., Ph.D.)

Jakarta : 29 Februari 2024

Tanggal lulus : 29 Februari 2024

## ABSTRAK

### **PENGARUH PERSEPSI HARGA, INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA BEAT DI JAKARTA SELATAN**

Oleh :

Andreas Ardhika Nugroho

NPM : 203402516269

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, inovasi produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian motor honda beat di Jakarta Selatan, Jenis metode penelitian ini adalah Kuantitatif dan teknik analisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Populasi penelitian adalah Pengguna Sepeda Motor Honda beat di Jakarta selatan. Dengan menggunakan rumus sampel lemeshow maka Jumlah sampel yang didapatkan dalam penelitian ini adalah 100 Responden, pendekatan yang digunakan yaitu probability sampling dengan teknik pengambilan Simple Random Sampling, software yang digunakan untuk menganalisis data adalah SPSS 25, hasil menunjukkan bahwa variabel Persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian motor honda beat di Jakarta selatan, sedangkan untuk variabel Inovasi produk dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian motor honda beat di Jakarta selatan.

**Kata kunci: Persepsi harga, Inovasi produk, Kualitas produk, Keputusan pembelian**

## ABSTRACT

### THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTIONS, PRODUCT INNOVATION AND PRODUCT QUALITY ON THE DECISION TO PURCHASE A HONDA BEAT MOTORCYCLE IN SOUTH JAKARTA

By :

Andreas Ardhika Nugroho

NPM: 203402516269

Final Project, under the guidance of Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M

This research aims to analyze the influence of price perceptions, product innovation and product quality on purchasing decisions for Honda Beat motorbikes in South Jakarta. The type of research method is quantitative and the analysis technique uses multiple linear regression analysis. The research population was Honda Beat motorbike users in South Jakarta. By using the Lemeshow sample formula, the number of samples obtained in this study was 100 respondents, the approach used was probability sampling with Simple Random Sampling techniques, the software used to analyze the data was SPSS 25, the results showed that the price perception variable had no significant effect on the decision to purchase a Honda Beat motorbike in South Jakarta, while the product innovation and product quality variables have a positive and significant effect on the decision to purchase a Honda Beat motorbike in South Jakarta.

**Keywords: Price perception, product innovation, product quality, purchasing decisions**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. DATA PRIBADI

Nama : Andreas Ardhika Nugroho  
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 03 Oktober 2002  
Jenis Kelamin : Laki - Laki

Status : Belum Menikah

Alamat Rumah : Puri Bojong Lestari Jl. Bone II  
Ar. 27 RT. 13/RW. 14  
Bojong Gede, Kabupaten Bogor,  
Jawa Barat.

Telpon/HP : 089603847647

Email : [nugrohoandreas11@gmail.com](mailto:nugrohoandreas11@gmail.com)

### B. RIWAYAT PENDIDIKAN

2008 – 2014 : SD Negeri Pabuaran 03

2014 – 2017 : SMP Wira Buana

2017 – 2020 : SMA Negeri 1 Bojong Gede

2020 – 2024 : Universitas Nasional

Jakarta, Februari 2024

Andreas Ardhika Nugroho



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul “PENGARUH *PERSEPSI HARGA, INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA BEAT DI JAKARTA SELATAN*”. Adapun tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional. Pada Penyusunan tugas akhir ini tentunya penulis mengalami hambatan baik bersifat teknis maupun yang lainnya. Namun berkat dukungan, kerjasama, dorongan semangat serta bantuan dari berbagai pihak maka hambatan tersebut dapat diatasi dengan mudah. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan kerendahan hati, kasih sayang penulis dan rasa hormat penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional
2. Bapak Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si., selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
5. Bapak Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M. selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk menyempurnakan kekurangan, memberikan solusi serta memberikan arahan sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik
6. Seluruh Dosen Pengajar Fakultas Eknomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar.
7. Kepada Kedua orang tua paling berjasa dalam hidup saya, Bapak Eko Nugroho dan Ibu Tri Astuti karena berkat beliau saya bisa mengenyam bangku kuliah serta terima kasih selalu memberikan doa, motivasi, semangat, dan nasihat yang tiada hentinya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
8. Kepada kakak dan adik saya, Mas Aditya, Mbak Amel dan Alvin yang selalu memberikan dukungan untuk bisa menyelesaikan Tugas Akhir

9. Kepada Tante saya, Elianta Ginting yang selalu memberikan saya dukungan selama perkuliahan saya.
10. Kepada Refikasa, Fadila, Tya, Nisa, Tika, Tsabit, Elvina, Louisa, Ecen dan seluruh teman-teman prodi Manajemen Angkatan 2020 juga teman seperbimbingan yang selalu memberikan saya informasi dan dukungan tiada henti.
11. Kepada semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu tanpa mengurangi rasa hormat saya, yang telah memberikan bantuan terselesainya tugas akhir ini

Pada penyusunan tugas akhir ini, penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan baik isi maupun dalam penulisan. Untuk itu saran dan kritiknya sangat diperlukan dalam tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun semua pihak yang membacanya.

Terimakasih,

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Jakarta, Februari 2024

Andreas Ardhika Nugroho

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	
ABSTRACT	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
BAB I	
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
1. Tujuan Penelitian.....	7
2. Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Manajemen Pemasaran.....	9
1. Bauran Pemasaran.....	10
2. STP ( Segmenting, Targeting, Positioning ).....	11
3. Keputusan Pembelian.....	12
4. Persepsi Harga.....	14
5. Inovasi Produk .....	16
6. Kualitas Produk.....	19
B. Keterkaitan antar Variabel Penelitian .....	21
1. Hubungan Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian .....	21
2. Hubungan Inovasi Produk dengan Keputusan Pembelian .....	21

3. Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian.....	22
C. Hasil Penelitian yang Sesuai sebagai Rujukan Penelitian.....	23
D. Kerangka Analisis .....	27
E. Hipotesis .....	28
<b>BAB III</b>	
METODE PENELITIAN.....	29
A. Objek Penelitian .....	29
B. Data Penelitian .....	29
1. Sumber Data dan Jenis Data.....	29
2. Populasi dan Sampel .....	30
3. Metode dan Alat Pengumpulan Data.....	30
C. Definisi Operasional Variabel .....	32
D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	33
1. Metode Analisis.....	33
a. Metode Analisis Deskriptif.....	33
b. Metode Analisis Infrensial .....	34
c. Analisis Regresi Linear Berganda .....	34
2. Uji Instrumen.....	35
a. Uji Validitas .....	35
b. Uji Relibilitas .....	35
3. Uji Asumis Klasik .....	36
a. Uji Normalitas .....	36
b. Uji Multikolinearitas .....	36
c. Uji Autokorelasi.....	37
d. Uji Heteroskedastisitas .....	37
4. Uji Kelayakan Model .....	38
a. Uji F.....	38
b. Koefisien Determinasi.....	38
5. Pengujian Hipotesis (Uji t).....	39
<b>BAB IV</b>	
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	40

A. Hasil Penelitian .....	40
1.Deskripsi Objek Penelitian .....	40
2. Karakteristik Responden .....	41
3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian .....	46
B. Pembahasan .....	57
BAB V	
KESIMPULAN DAN SARAN .....	59
A. Kesimpulan .....	59
B. Saran .....	60
DAFTAR PUSTAKA .....	61



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Motor Honda Beat dalam Negeri Tahun 2019-2022 .....	5
Tabel 1.2 Data Penjualan Motor Honda Beat Tahun 2019-2021 di Jakarta Selatan .....	6
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	23
Tabel 3.1 Penilaian Skala Likert .....	31
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	32
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	41
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan kelamin .....	43
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan .....	44
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan pendapatan .....	45
Tabel 4.5 Total Frekuensi dan Nilai rata-rata Persepsi Harga (X1).....	47
Tabel 4.6 Total Frekuensi dan Nilai rata-rata Inovasi Produk (X2) .....	47
Tabel 4.7 Total Frekuensi dan Nilai rata-rata Persepsi Harga (X3).....	48
Tabel 4.7 Total Frekuensi dan Nilai rata-rata Keputusan Pembelian (Y).....	49
Tabel 4.8 Uji Validitas .....	50
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4.8 Uji Normalitas .....	51
Tabel 4.8 Uji Multikolinearitas .....	51
Tabel 4.8 Uji Autokorelasi .....	52
Tabel 4.8 Uji Heterokedastisitas .....	53
Tabel 4.8 Uji Analisis Linier Berganda .....	54
Tabel 4.8 Uji F .....	55
Tabel 4.8 Uji R <sup>2</sup> .....	55
Tabel 4.8 Uji t.....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap keputusan pembelian .....	13
Gambar 2.2 kerangka analisis .....	27
Gambar 4.1 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	42
Gambar 4.1 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin .....	43
Gambar 4.1 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan jenis pekerjaan .....	44
Gambar 4.1 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan pendapatan .....	45

