

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, PROMOSI
PENJUALAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL LISTRIK MERCEDES BENZ EQS
DI DAERAH KHUSUS JAKARTA**

TUGAS AKHIR

REZA FADH AJIPUTRA
173112340250238



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, PROMOSI
PENJUALAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL LISTRIK MERCEDES BENZ EQS
DI DAERAH KHUSUS JAKARTA**

REZA FADH AJIPUTRA
173112340250238

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



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2024**

=

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, PROMOSI PENJUALAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL LISTRIK MERCEDES BENZ EQS DI DAERAH KHUSUS JAKARTA

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.



Jakarta, Juli 2024

Reza Fadh Ajiputra
173112340250238



UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PERSETUJUAN


Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, PROMOSI PENJUALAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL LISTRIK MERCEDES BENZ EQS DI DAERAH KHUSUS JAKARTA**

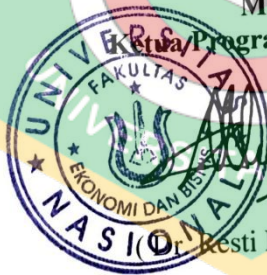
Nama Mahasiswa : **Reza Fadh Ajiputra**
Nomor Pokok : **173112340250238**
Program Studi : **Manajemen**

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,


(Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.)

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen


(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)



Jakarta: 30 Agustus 2024

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, PROMOSI PENJUALAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL LISTRIK MERCEDES BENZ EQS DI DAERAH KHUSUS JAKARTA**

Nama Mahasiswa : **Reza Fadh Ajiputra**

Nomor Pokok : **173112340250238**

Program Studi : **Manajemen**

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

**Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,**



(Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.)

Ketua Penguji,

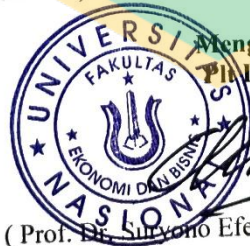


(Dr. Herry Krisnandi, S.E., M.M.)

Anggota / Penguji,



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



**Mengetahui
Pia Dekan,**



(Prof. Dr. Suryono Efendi, S.E., M.B.A., M.M.)

Jakarta : 30 Agustus 2024

Tanggal Lulus : 27 Agustus 2024

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, PROMOSI PENJUALAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL LISTRIK MERCEDES BENZ EQS DI DAERAH KHUSUS JAKARTA

Oleh:

Reza Fadh Ajiputra

NPM : 173112340250238

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.

Kajian ini dilaksanakan agar bisa menganalisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi Penjualan, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Mobil Listrik Mercedes Benz EQS di Daerah Khusus Jakarta. Sampel pada kajian ini sebanyak 96 responden berdasarkan rumus Lemeshow. Data yang dimanfaatkan pada kajian ini berasal dari data primer yang dibantu oleh kuesioner yang telah disebar pada 96 orang responden. Terkait dengan penganalisisan datanya, kajian ini mempergunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan metode analisis deskriptif dan analisis inferensial, uji instrumen yang terdiri dari validitas, dan reliabilitas. Diketahui bahwasannya hasil yang diperoleh dalam kajian ini ialah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Pengaruh Kualitas Produk, Presepsi Harga, Promosi Penjualan, Gaya Hidup, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE IMPACT OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION, SALES PROMOTION AND LIFESTYLE ON THE DECISION TO PURCHASE A MERCEDES BENZ EQS ELECTRIC CAR IN THE SPECIAL AREA OF JAKARTA

By :

Reza Fadh Ajiputra

NPM : 173112340250238

Skripsi, under the guidance Dr. Rahayu Lestari, S.E.,MM

This study was carried out in order to analyze the influence of product quality, price perception, sales promotion and lifestyle on purchasing decisions for the Mercedes Benz EQS electric car in the Special Region of Jakarta. The sample in this study was 96 respondents based on the Lemeshow formula. The data used in this study came from primary data assisted by a questionnaire that was distributed to 96 respondents. Regarding data analysis, this study uses a questionnaire. The data analysis technique used is descriptive analysis and inferential analysis methods, instrument testing consisting of validity and reliability. It is known that the results obtained in this study are that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, price perception have a positive and significant effect on consumer purchasing decisions, sales promotions have a positive and significant effect on consumer purchasing decisions, and lifestyle has a positive and significant effect on decisions. consumer purchases.

Keywords: Product Quality, Price Perception, Sales Promotion, Lifestyle and Decision Purchase

KATA PENGANTAR

Asalamualaikum Wr.Wb.

Dengan mengucapkan puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ialah **“Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi Penjualan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Listrik Mercedes Benz EQS Di Daerah Khusus Jakarta”**

Pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional
2. Bapak Prof. Dr. Suryono Efendi, S.E., MBA., M.M. selaku Plt. 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 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
5. Ibu Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M. selaku Wakil Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
6. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak bantuan serta pengarahan selama proses penelitian dan penulisan.
7. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah membagikan ilmu pengetahuan dan pengalamannya.
8. Kedua orang tua Bapak dan Ibu serta Kakak Perempuan saya yang selalu memberikan semangat dan cinta yang luar biasa kepada penulis.
9. Teman-teman Prodi Manajemen untuk kebersamaan, bantuan, dan kerjasama selama menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

10. Para staf administrasi dan pelayanan akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah membantu dan memberikan pelayanan terkait akademik dan administrasi selama penulis menjalani proses belajar di Program Studi Manajemen.
11. Serta semua kerabat terdekat penulis yang sangat berjasa memberikan tawa canda, perhatian, support, motivasi, dan banyak bantuan dalam menyelesaikan tugas ini

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam tesis ini, penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun. Semoga tulisan ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang membaca dan membutuhkan.



Jakarta, Juli 2024

Penulis,

Reza Fadh Ajiputra

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL (LUAR)

HALAMAN SAMPUL (DALAM)

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

ABSTRACT

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Manajemen Pemasaran	7
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	7
2. Tujuan Manajemen Pemasaran	7
3. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	8
4. Keputusan Pembelian.....	9
5. Kualitas Produk.....	15
6. Persepsi Harga.....	19
7. Promosi Penjualan.....	20
8. Gaya Hidup	23
B. Keterkaitan Antar Variabel.....	25
1. Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2. Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
3. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian	27
3. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	28

C. Hasil Penelitian Terdahulu	29
D. Kerangka Analisis	34
E. Hipotesis	35
BAB III TINJAUAN PUSTAKA	36
A. Objek Penelitian	36
B. Data Penelitian	36
1. Sumber Data dan Jenis Data	36
2. Populasi dan Sampel	36
3. Data dan Metode Pengumpulan Data.....	38
C. Definisi Operasional Variabel.....	40
D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	42
1. Analisis Deskriptif	42
2. Analisis Inferensial.....	42
3. Uji Instrumen	43
4. Uji Asumsi Klasik.....	44
5. Uji Kelayakan Model.....	46
6. Uji Hipotesis	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
A. Hasil Penelitian.....	48
1. Deskripsi Objek Penelitian.....	48
2. Karakteristik Responden	48
3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....	52
B. Pembahasan	63
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	63
2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	64
3. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian	65
4. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1 Pengukuran Skor Skala Interval	39
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	53
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas.....	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Autokolerasi.....	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	58
Tabel 4.11 Hasil Uji F	60
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien (R²)	61
Tabel 4.16 Hasil Uji T.....	61



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Volume Penjualan Wholesale Mobil Listrik di Jakarta	2
Gambar 2.1 Tahapan Keputusan Pembelian	11
Gambar 2.2 Tipe-Tipe Keputusan Pembelian.....	13
Gambar 2.3 Kerangka Analisis.....	34
Gambar 4.1 Diagram Presentase Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Gambar 4.2 Diagram Presentase Berdasarkan Usia	50
Gambar 4.3 Diagram Presentase Berdasarkan Pekerjaan	51
Gambar 4.4 Diagram Presentase Berdasarkan Pendapatan	52
Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	57

