

**PENGARUH DESAIN PRODUK, DAYA TARIK IKLAN DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA
VARIO DI KECAMATAN KUNINGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

Oleh:

RESSA DEPANTI

NIM. 20200510351



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2024

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH DESAIN PRODUK, DAYA TARIK IKLAN DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOTOR HONDA VARIO DI KECAMATAN KUNINGAN**

Disusun oleh :

RESSA DEPANTI

NIM. 20200510351

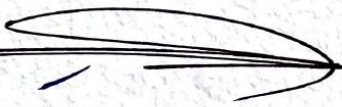

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 15 Juni 2024
di hadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan

Susunan Dewan Penguji :

Penguji I

Penguji II

Penguji III



Prof. Dr. H. Eeng Ahman, M.S.
NIP. 196110221986031002

Dr. H. Iskandar, M.M.
NIP. 196205081987031003

Dr. Vigory Gloriman Manalu, S.E., M.M.
NIK. 410108920219

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH DESAIN PRODUK, DAYA TARIK IKLAN DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOTOR HONDA VARIO DI KECAMATAN KUNINGAN**

Disusun oleh :

RESSA DEPANTI

NIM. 20200510351

Telah Disetujui oleh Pembimbing

Kuningan, 09 Juli 2024

Pembimbing I

Pembimbing II



Prof. Dr. H. Eeng Ahman, M.S.
NIP. 196110221986031002



Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M.
NIK. 410104930220

Mengetahui :



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Hj. Lili Karmela F., S.E., M.Si.
NIK. 41038971054

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy.
NIK. 41038091296

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

*“Kebaikan dan Keikhlasan Hati Akan Membawa Keberkahan,
dan Usaha Tidak Akan Mengkhianati Hasil”*

Persembahan:

*Skripsi ini dipersembahkan untuk
Orang tua saya Bapak Giani (Alm) dan Ibu Iis Aisyah
Keluarga Besar Bapak Sahidi dan Surdjat
Sahabat berserta teman-teman*

LEMBAR PERNYATAAN OTENTISITAS

Yang bertanda ditangan di bawah ini:

Nama : Ressa Depanti
NIM : 20200510351
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Desain Produk, Daya Tarik Iklan dan persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario di Kecamatan Kuningan”** ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar merupakan karya tulis ilmiah yang orisinal dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan



RESSA DEPANTI

NIM. 20200510351

ABSTRAK

Ressa Depanti. 20200510351. Pengaruh Desain Produk, Daya Tarik Iklan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario di Kecamatan Kuningan. Dibimbing oleh Prof. Dr. H. Eeng Ahman, M.S dan Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh desain produk, daya tarik iklan dan persepsi harga secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian Motor Honda Vario di Kecamatan Kuningan. Adapun hipotesis yang penulis ajukan yaitu desain produk, daya tarik iklan dan persepsi harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian; desain produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian; daya tarik iklan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian; dan persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode survey pendekatan deskriptif dan verifikatif. Populasi penelitian adalah konsumen Motor Honda Vario di Kecamatan Kuningan. Pengambilan sampel menggunakan rumus Bernoulli. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa desain produk, daya tarik iklan dan persepsi harga berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian; desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian; daya tarik iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian; dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Motor Honda Vario di Kecamatan Kuningan.

Kata Kunci: Desain Produk, Daya Tarik Iklan, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Ressa Depanti. 20200510351. The Effect of Product Design, Advertising Attractiveness and Price Perception on Purchase Decision of Honda Vario Motorcycle in Kuningan District. Supervised by Prof. Dr. H. Eeng Ahman, M.S and Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M.

The purpose of this research was to determine the effect of product design, advertising attractiveness and price perception simultaneously and partially on purchase decision of Honda Vario Motorcycle in Kuningan District. The hypothesis that author proposed was that product design, advertising attractiveness and price perception simultaneously effect on purchase decision; product design had a positive effect on purchase decision; advertising attractiveness had a positive effect on purchase decision; and price perceptions had a positive effect on purchase decision. This research was conducted used a descriptive and verification approach survey method. The research population was consumers of Honda Vario Motorcycle in Kuningan District. Sampling used the Bernoulli formula. The data collection technique used a questionnaire with the statistics used to test research hypothesis was multiple linear regression analysis. Based on the research results, it shows that product design, advertising attractiveness and price perception simultaneously and significantly effect on purchase decision; product design had a positive and significant effect on purchase decision; advertising attractiveness had a positive and significant effect on purchase decision; and price perception had a positive and significant effect on purchase decision of Honda Vario Motorcycle in Kuningan District.

Keywords: Product Design, Advertising Attractiveness, Price Perception, Purchase Decision.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena berkat rahmat, karunia, ridho, dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagaimana mestinya. Adapun judul yang penulis ambil untuk penulisan skripsi ini adalah **“Pengaruh Desain Produk, Daya Tarik Iklan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario di Kecamatan Kuningan”**. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan Tahun 2024.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, disebabkan adanya keterbatasan dalam memperoleh bahan-bahan maupun kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, penulis dengan rendah hati mengharapkan kritik dari para pembaca yang bersifat membangun. Akhir kata, penulis berharap semoga apa yang disampaikan dalam skripsi ini dapat bermanfaat serta memberikan masukan yang berarti bagi para pembaca sekalian pada umumnya, *aamiin ya robbal'alamiin*.

Kuningan, Juni 2024

Penulis

Ressa Depanti

NIM. 20200510351

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena berkat limpahan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagaimana mestinya. Dengan segala kerendahan hati, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Kuningan.
2. Dr. Hj. Lili Karmela F., S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
3. Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
4. Prof. Dr. H. Eeng Ahman, M.S., selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan pikirannya dalam mengarahkan, membimbing, dan membina penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikirannya dalam mengarahkan, membimbing, dan membina penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan motivasinya.
7. Seluruh Tata Usaha (TU) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan atas bantuan dan kerjasamanya.
8. Drs. H. Hidayat Saleh, selaku Kepala Bidang Ketahanan Bangsa Badan Kesatuan Bangsa dan Politik yang telah memberi izin penelitian kepada penulis.
9. Segenap konsumen Motor Honda Vario di Kecamatan Kuningan yang telah berkenan menjadi responden dan membantu penulis selama penelitian.
10. Orangtua Bapak Giani Alm, Ibu Iis Aisyah tercinta, keluarga dan sahabat yang selalu memberikan doa, kasih sayang, semangat, dan dorongan yang tak ternilai selama ini.
11. Teman-teman Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan atas kebersamaan dan dukungannya selama ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu atas bantuan dan dukungannya kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, penulis berdoa semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang telah memberikan bantuan dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya para pembaca, *aamiin ya robbal'alamiin*. Atas segala kekurangan penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya.

Kuningan, Juni 2024
Penulis

Ressa Depanti
NIM. 20200510351

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN OTENTISITAS	
ABSTRAK	i
ABSTARCT	i
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR GRAFIK	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN	
HIPOTESIS	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.2 Desain Produk	10
2.1.3 Daya Tarik Iklan	14
2.1.4 Persepsi Harga.....	18
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	21
2.1.6 Penelitian Sebelumnya	29

2.1.7	Hubungan Antar Variabel	31
2.2	Kerangka Berpikir	34
2.3	Hipotesis.....	35
BAB III	METODE PENELITIAN	37
3.1	Metode Penelitian yang Digunakan	37
3.2	Operasionalisasi Variabel.....	38
3.3	Populasi dan Sampel	40
3.3.1	Populasi	40
3.3.2	Sampel.....	40
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.5	Pengujian Instrumen.....	42
3.5.1	Uji Validitas	42
3.5.2	Uji Reliabilitas	42
3.6	Teknik Analisis Data.....	43
3.6.1	Analisis Deskriptif	43
3.6.2	Uji Asumsi Klasik	44
3.6.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
3.6.4	Analisis Determinasi	46
3.6.5	Uji Hipotesis.....	46
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1	Hasil Penelitian	49
4.1.1	Gambaran Umum Motor Honda Vario	49
4.1.2	Profil Responden Penelitian.....	50
4.1.3	Hasil Uji Instrumen	54
4.1.4	Hasil Analisis Deskriptif	58
4.1.5	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	65
4.1.6	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	67
4.1.7	Hasil Analisis Koefisien Determinasi	69
4.1.8	Hasil Uji Hipotesis	70
4.2	Pembahasan.....	72

4.2.1	Pengaruh Desain Produk, Daya Tarik Iklan, dan Persepsi Harga Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian.....	72
4.2.2	Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	74
4.2.3	Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian.....	74
4.2.4	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		76
5.1	Kesimpulan	76
5.2	Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA		78
LAMPIRAN-LAMPIRAN		80

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Motor Honda Vario Prima Motor 2020-2023..	3
Tabel 1.2	Data Penjualan Motor Honda Beat Prima Motor 2020-2023....	3
Tabel 2.1	Penelitian Sebelumnya	29
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	38
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	52
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	53
Tabel 4.5	Hasil Perhitungan Uji Validitas Variabel X1	54
Tabel 4.6	Hasil Perhitungan Uji Validitas Variabel X2	55
Tabel 4.7	Hasil Perhitungan Uji Validitas Variabel X3	56
Tabel 4.8	Hasil Perhitungan Uji Validitas Variabel Y	57
Tabel 4.9	Hasil Perhitungan Reliabilitas	58
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas.....	65
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel 4.12	Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
Tabel 4.13	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	68
Tabel 4.14	Hasil Uji Anova.....	69
Tabel 4.15	Hasil Analisis Koefisien Determinasi	70
Tabel 4.16	Hasil Uji t	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Tahap-tahap Dalam Pengambilan Keputusan	24
Gambar 2.2	Kerangka Berpikir.....	35
Gambar 3.1	Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Simultan.....	46
Gambar 3.2	Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Parsial	47
Gambar 4.1	Kedudukan Variabel X_1 dalam Kriteriaum	59
Gambar 4.2	Kedudukan Variabel X_2 dalam Kriteriaum	61
Gambar 4.3	Kedudukan Variabel X_3 dalam Kriteriaum	63
Gambar 4.4	Kedudukan Variabel Y dalam Kriteriaum.....	64
Gambar 4.5	Daerah Penerimaan dan Penolakan H_{01}	70
Gambar 4.6	Daerah Penerimaan dan Penolakan H_{02}	71
Gambar 4.7	Daerah Penerimaan dan Penolakan H_{03}	72
Gambar 4.8	Daerah Penerimaan dan Penolakan H_{04}	72

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1	<i>Top Brand Index</i> Sepeda Motor <i>Matic</i> Tahun 2020-2023	2
Grafik 1.2	Perbandingan Penjualan Motor Honda Vario dan Beat pada Prima Motor Tahun 2020-2023.....	4
Grafik 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Grafik 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	52
Grafik 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	53
Grafik 4.4	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kisi-kisi Kuesioner Penelitian.....	81
Lampiran 2	Kuesioner Penelitian	83
Lampiran 3	Kuesioner Google Form.....	90
Lampiran 4	Hasil Uji Coba Kuesioner Google Form.....	104
Lampiran 5	Hasil Penyebaran Kuesioner Google Form.....	105
Lampiran 6	Uji Coba Desain Produk.....	106
Lampiran 7	Uji Coba Daya Tarik Iklan.....	107
Lampiran 8	Uji Coba Persepsi Harga	108
Lampiran 9	Uji Coba Keputusan Pembelian	109
Lampiran 10	Output SPSS Uji Instrumen X ₁	110
Lampiran 11	Output SPSS Uji Instrumen X ₂	112
Lampiran 12	Output SPSS Uji Instrumen X ₃	114
Lampiran 13	Output SPSS Uji Instrumen Y.....	115
Lampiran 14	Data Identitas Diri Responden	117
Lampiran 15	Data Desain Produk.....	119
Lampiran 16	Data Daya Tarik Iklan.....	121
Lampiran 17	Data Persepsi Harga	123
Lampiran 18	Data Keputusan Pembelian	125
Lampiran 19	Output SPSS Analisis Deskriptif	127
Lampiran 20	Output SPSS Uji Asumsi Klasik	128
Lampiran 21	Output SPSS Analisis Statistik	129
Lampiran 22	Tabel r Product Moment Pearson.....	130
Lampiran 23	Tabel Durbin Watson	131
Lampiran 24	Tabel F	132
Lampiran 25	Tabel t.....	133
Lampiran 26	Pengantar Pembimbingan Skripsi	134
Lampiran 27	Surat Keterangan Penelitian.....	136
Lampiran 28	Hasil Bimbingan.....	137