



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS**

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK MOBIL HONDA CR-V DI KOTA PADANG**


Oleh :

AMRINURRASYIDI
02 156 050

Mahasiswa Program S1 Jurusan Manajemen

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian dari syarat-syarat guna
memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*

**PADANG
2010**

	No Alumni Universitas	AMRINURRASYIDI	No Alumni Fakultas
	<p align="center">Biodata</p> <p>a). Tempat/Tgl Lahir: Padang Panjang/ 15 November 1982, b) Nama Orang Tua: Ag.Ms.Dr Pdk Bandaro, c). Fakultas: Ekonomi Program S-1 Reguler Mandiri, d). Jurusan: Manajemen, e.) No.Bp: 02156050, f). Tanggal Lulus: 11 Februari 2010, g). Prediket lulus: Memuaskan, h). IPK: 2.57 i). Lama Studi: 7 tahun 6 bulan, j) Alamat Orang Tua: Padang</p>		
<p>Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mobil Honda CR-V Di Kota Padang</p> <p>Skripsi S1 Oleh : AMRINURRASYIDI Pembimbing: SUZIANA,SE,MM</p> <p align="center">Abstrak</p> <p>Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yang paling mempengaruhi adalah kualitas dan harga dari produk itu sendiri, analisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk mobil Honda CR-V di kota padang bertujuan untuk mengetahui sejauhmana pengaruh dari kualitas produk dan harga terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk ,dari hasil analisis yang telah dilakukan penulis menunjukkan bahwa faktor kualitas produk dan harga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara signifikan</p> <p>Keyword : Kualitas Produk,Harga Produk,Keputusan Pembelian</p>			

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal
 Abstrak telah disetujui olehpembimbing dan penguji:

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	SUZIANA, SE,MM	Dr. Harif Amali Rivai, SE, M.Si	Dr.Syafrizal, SE, MM

Mengetahui:

Ketua Jurusan Manajemen : **Dr. Harif Amali Rivai, SE, M.Si**
 NIP. 132 164 008

 Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke fakultas dan telah mendapat Nomor Alumnus

	Petugas Fakultas/Universitas	
No Alumni Fakultas	Nama:	Tanda tangan:
No Alumni Universitas	Nama:	Tanda tangan:

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri otomotif dalam negeri dalam beberapa tahun belakangan ini semakin menampakkan perkembangan yang menggehirkan walaupun fenomena ini sempat terganggu oleh kenaikan suku bunga perbankan ,namun secara umum menunjukkan kenaikan penjualan secara signifikan .

Hal ini seiring dengan kemajuan teknologi otomotif dan perkembangan desain kendaraan . Desain dan teknologi kendaraan membuat kendaraan menjadi terbagi kedalam beberapa kategori diantaranya *MPV (Multi Purpose Vehicle)* yang artinya kendaraan multi guna yang bisa di gunakan untuk berbagai keperluan seperti ke kantor,mengantar anak ke sekolah,belanja ke pasar dan pergi keluar kota bersama keluarga dimana mobil ini bercirikan antara lain ukuran mobil relatif besar, *ground clearance* (jarak dari tanah) relatif menengah antara 160-180 mm contoh mobil ketegori ini antara lain Toyota Kijang Innova,Toyota Avanza, Daihatsu Xenia, Honda Stream dan Honda Odyssey,Nissan Grand Livina,Dan Mitsubishi Grandis

Selain itu ada kategori *SUV (Sport Utility Vehicle)* yang berarti mobil segala medan artinya dapat menempuh *track on road* dan *off road* jadi mobil jenis ini dapat di bawa kemana saja karena memang memiliki kemampuan jelajah yang tinggi dan memiliki *ground clearance* yang tinggi antara 180 mm lebih bahkan ada yang bisa mencapai 600 mm, dikategori ini diwakili oleh Honda CR-V, Toyota Rush, Toyota Fortuner, Daihatsu Terios, Nissan X Trail, Suzuki Grand Vitara ,Chevrolet Captiva, Ford Everest,Nissan Terrano serta Suzuki SX 4 dan Nissan Terrano.

Dalam beberapa tahun belakangan ini penjualan mobil jenis SUV meningkat, terutama kelas medium SUV, Medium SUV adalah SUV yang dijual pada rentang harga Rp200-300 Juta,dimana kelas ini menguasai kelas SUV.Dari data GAIKINDO (Gabungan Pengusaha Otomotif Indonesia) didapat penjualan mobil jenis SUV di indonesia tahun 2006 mencapai 25.250 unit(dimana 18.344 unit merupakan Medium SUV), yang merupakan 5.3 % dari jumlah penjualan

mobil tahun 2006 yang berjumlah 475.000 unit sedangkan pada tahun 2008 tumbuh jadi 44.954 unit (33.564 unit medium SUV) yang merupakan 9 % dari penjualan mobil secara keseluruhan yang berjumlah 500.000 unit. Hal ini dimungkinkan karena mobil ini bisa dibilang mobil serba guna yang dapat digunakan kemana saja dapat dibawa ke kantor, berburu ke hutan dan dapat menembus banjir.

Salah satu jenis kendaraan Medium SUV ini adalah Honda CR-V, yang merupakan salah satu produk unggulan PT.Honda Prospek Motor (HPM) sebagai Agen Tunggal Pemegang Merk (ATPM) Honda. Dari data HPM penjualan mobil Honda CR-V tahun 2007 mencapai 15.750 unit, dan pada tahun 2008 meningkat menjadi 17.010 unit. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa Honda CR-V merupakan market leader mobil Medium SUV di Indonesia, disusul Nissan X Trail, Suzuki Escudo (Vitara).

Kota Padang merupakan salah satu pasar potensial bagi penjualan Honda CR-V karena peningkatan tingkat permintaan konsumen dari tahun ketahun dan di kota padang Honda CR-V merupakan market leader mobil kategori SUV, seperti yang terlibat dalam tabel

Tabel 1.1
Perkembangan Penjualan Mobil Medium SUV di Indonesia tahun
2006– 2008

Merek	2006		2007		2008	
	Unit	%	Unit	%	Unit	%
Honda CRV	7.525	41	15.750	50.15	17.010	50.68
Toyota Fortuner	2.523	13.75	3.673	11.7	4.012	11.95
Suzuki Grand Vitara	1.210	6.6	7.193	22.9	7.523	22.41
Nissan X trail	6.125	33.4	3.783	12.04	3.852	11.47
Ford Everest	961	5.2	1.006	3.2	1.164	3.47
Total	18.344	100	31.405	100	33.564	100

Sumber : GAIKINDO, diolah

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian mobil Honda CR-V di kota Padang, maka dari pengujian ini didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

- Dari koefisien regresi yang diperoleh kualitas produk dan harga memiliki hubungan yang positif terhadap keputusan pembelian secara berurutan sebesar 0.219 dan 0.052. Angka ini menunjukkan bahwa korelasi antara variabel keputusan pembelian dengan kedua variabel tersebut tidak erat. Sebagai pedoman, dua variabel dikatakan mempunyai korelasi yang kuat, apabila nilai korelasinya di atas 0.50. Nilai korelasi yang positif menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk dan faktor harga diprediksikan keputusan pembelian cenderung meningkat/ membaik. Namun jika nilainya negative, misalnya pada keputusan pembelian dengan faktor harga maka dapat diartikan jika harga ditingkatkan maka keputusan pembelian akan turun. Jadi faktor kualitas produk dan harga terhadap keputusan konsumen Honda CR-V memang memiliki korelasi walaupun tidak erat, jika kualitas produk dan harga ditingkatkan maka keputusan pembelian mobil Honda CR-V akan semakin meningkat.
- Pada kolom *Sig* terlihat bahwa nilai probabilitas kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah 0.028. Hasil ini berarti H_0 ditolak, karena nilai probabilitasnya kecil dari 0.05. Melalui metode ini ditemukan pula pada

DAFTAR PUSTAKA

- Craven, David, W. and Nigel F. Piercy, 2003, *Strategic Marketing, 7 edition*, McGraw-hills Companies, New York
- Engel, J.F. R. Backwell dan Paul W. Miniard (1994), *Perilaku Konsumen, Edisi 6*, Bina Rupa Aksara Jakarta
- Hamidah, Jurnal Perilaku Konsumen Dan Tindakan Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Jurusan Management, Universitas Sumatera Utara
- Idris, Dr. M.Si, *Aplikasi Model Analisis Data Kuantitatif Dengan Program SPSS Edisi Revisi I*, Program Magister Manajemen (S2), Fakultas Ilmu-ilmu Sosial (FIS) Universitas Negeri Padang, 2004.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi millenium Jilid 1-2*, Pearson Education asia Pte .Ltd dan PT Prenhallindo, Jakarta.
- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu, Dr. *Perilaku Konsumen*, PT. Refika Aditama, Bandung, 2005.
- Moven, John & Mihael Minor, 2002. *Perilaku Konsumen, Edisi 5*, Erlangga Jakarta
- Purwanti, Asih, 2005, Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan
- Satrio, Andri, 2006. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio.
- Simamora, bilson, 2004, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, PT. Gramedia, Pustaka Utama Jakarta.
- Sugiyono, 1999, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- Suharsimi, M. Arikunto, 1998, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*, Rineka cipta, Jakarta.
- Swastha, Drs. Bashu, MBA, drs Irawan, MBA, 1999 : *Manajemen Pemasaran Modern edisi VII*, Liberty, Yogyakarta.
- Sekaran, Uma, 2006, *Research Methods For Bussiness*, Salemba Empat, Jakarta
- Santoso, Singgih, 2004, *SPSS Statistik Parametrik*, PT Elek Media Komputindo, Jakarta
- Sugiyono, Prof. Dr. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung, Alfabeta