

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR SUZUKI DENGAN
MINAT BELI SEBAGAI VARIABLE INTERVENING**

(Studi kasus: pada pengguna sepeda motor di kota Padang)

SKRIPSI



ELVIRA DWI HUTRI

1710011211092

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA**

2021

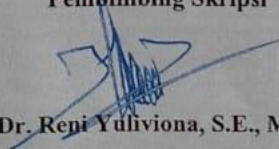
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta menyatakan :


Nama : ELVIRA DWI HUTRI
NPM : 1710011211092
Program Studi : Strata Satu (S1)
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Pengguna Sepeda Motor di Kota Padang)

Telah disetujui skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan telah dinyatakan **LULUS** dalam ujian komprehensif pada hari **Senin, 07 Februari 2022**.

Pembimbing Skripsi


Dr. Reni Yulviona, S.E., M.M

Disetujui Oleh
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta


Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR SUZUKI DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABLE INTERVENING

(Studi kasus pada pengguna sepeda motor di kota Padang)

Elvira Dwi Hutri¹, Reni Yuliviona²

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail : elviradwihutri17@gmail.com, reniyuliviona@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini menguji hubungan antara pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel mediasi. (Studi kasus pada pengguna sepeda motor di kota Padang). Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna sepeda motor yang berada di kota Padang. Dengan jumlah sampel sebanyak 80 orang responden yang dipilih menggunakan teknik Purposive Sampling. Pengumpulan data primer menggunakan kuesioner dan pengumpulan data sekunder menggunakan survey terhadap pengguna sepeda motor Suzuki di kota Padang. Pengaruh antara faktor-faktor penentu dianalisis menggunakan software SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai *p values* sebesar 0,004. Minat Beli tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai *p values* sebesar 0,907. Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai *p values* sebesar 0,000. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai *p values* sebesar 0,000. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai *p values* sebesar 0,836. Minat beli tidak berpengaruh signifikan berperan sebagai variable yang memediasi kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan nilai *p values* sebesar 0,919. Minat beli tidak berpengaruh signifikan berperan sebagai variable yang memediasi harga terhadap keputusan pembelian dengan *p values* 0,907.

Kata Kunci: Kualitas produk, harga, minat beli, keputusan pembelian , smartPLS3.0.

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PRICE ON THE PURCHASE
DECISION OF SUZUKI MOTORCYCLE WITH INTEREST TO BUY AS VARIABLE
INTERVENING**

(Case study on motorcycle users in Padang city)

Elvira Dwi Hutri¹ Reni Yuliviona²

*¹Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta
University.*

E-mail : elviradwihutri17@gmail.com, reniyuliviona@bunghatta.ac.id

ABSTRACT

This study examines the relationship between the effect of product quality and price on purchasing decisions with purchase intention as a mediating variable. (Case study on motorcycle users in the city of Padang). The population in this study were motorcycle users in the city of Padang. With a sample of 80 respondents who were selected using the purposive sampling technique. Primary data collection using a questionnaire and secondary data collection using a survey of Suzuki motorcycle users in the city of Padang. The influence of between the determinants was analyzed using the SmartPLS 3.0 software. The results showed that the product quality variable had a significant effect on buying interest with a p value of 0.004. Purchase intention does not have a significant effect on purchasing decisions with a p value of 0.907. Price has a significant influence on buying interest with a p value of 0.000. Product quality has a significant effect on purchasing decisions with a p value of 0.000. Price has no significant effect on purchasing decisions with a p value of 0.836. Purchase intention does not have a significant role as a variable that mediates product quality on purchasing decisions with a p value of 0.919. Purchase intention has no significant effect as a variable that mediates price on purchasing decisions with p values of 0.907.

Keywords: *Product quality, price, buying interest, purchase decision, smartPLS3.0*

DAFTAR ISI

BAB I

PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9

BAB II

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
2.1 Kajian Literatur	10
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	10
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	10
2.1.2 Kualitas Produk	13
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	13
2.1.3 Harga	13
2.1.3.1 Pengertian Harga.....	13
2.1.4 Minat Beli.....	16
2.1.4.1 Pengertian Minat Beli	16
2.2 Pengembangan Hipotesis	18
2.2.1 Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli	18
2.2.2 Pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian.....	19
2.2.3 Pengaruh harga terhadap minat beli	20
2.2.4 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian	21
2.2.5 Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.....	22
2.2.6 Pengaruh minat beli memediasi kualitas produk terhadap keputusan pembelian	23
2.2.7 Pengaruh minat beli memediasi harga terhadap keputusan pembelian ..	24
2.3 Mapping Jurnal Penelitian	26
2.4 Kerangka konseptual	32

BAB III

METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Objek penelitian	33
3.2 Populasi dan Sampel.	33
3.2.1 Populasi.....	33
3.2.2 Sampel.....	33
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data	34
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	34
3.4.1 Kualitas produk (X1)	34
3.4.1.1 Indikator Kualitas Produk	34
3.4.2 Harga (X2)	35
3.4.2.1 Indikator indikator harga.....	35
3.4.3 Variabel Intervening (I)	36
3.4.3.1 Minat Beli (I).....	36
3.4.3.2 Indikator Minat Beli	36
3.4.4 Variabel Dependent (Y).....	37
3.4.4.1 Keputusan Pembelian (Y)	37
3.4.4.2 Indikator Keputusan pembelian	37
3.5 Pengukuran Instrumen	38
3.6 Teknik Analisis Data.....	38
3.6.1 <i>Partial least square</i> (PLS).....	38
3.6.1.1 Measurement Model Assesment	38
3.7 Analisis Deskriptif.....	39
3.8 R Square dan Q square.....	41
3.9 Uji Hipotesis.....	42
BAB IV	
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Hasil Penelitian	43

4.1.1. Response Rate.....	43
4.1.2 Profil Responden	44
4.1.3 Pengujian Instrumen Penelitian	46
4.1.3.1 Convergent validity.....	46
4.1.3.2 Discriminant Validity.....	49
4.2 Analisis Deskriptif	52
4.3 R square dan Q square.....	57
4.4 Uji Hipotesis Structural Model Assessment (SMA)	58
4.5 Pembahasan Pengujian Hipotesis	59
4.5.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	59
4.5.2 Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian	60
4.5.3 Pengaruh Harga terhadap Minat Beli.....	60
4.5.4 Pengaruh Kualitas produk terhadap keputusan pembelian	61
4.5.5 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	61
4.5.6 Pengaruh Minat Beli Memediasi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	62
4.5.7 Pengaruh Minat Beli Memediasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	62
BAB V	
PENUTUP.....	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Implikasi Penelitian	65
5.3 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	66