

**PENGARUH KUALITAS HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MOTOR
N-MAX DIKOTA PADANG**

SKRIPSI



Oleh:

**TAUFIK DWI HARPAMA
NPM: 1810011211113**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen*

**PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA PADANG 2022**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

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

Nama : Taufik dwi harpama

Npm : 1810011211113

Program Studi : Strata Satu (S1)

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh *Harga, Promosi, dan Kualitas Produk* Terhadap *Minat beli* Konsumen pada motor N-Max di Kota Padang

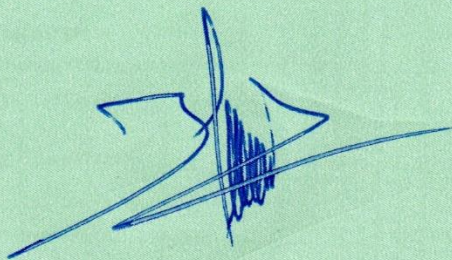
Telah disetujui Skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan dinyatakan **LULUS** dalam ujian komprehensif pada hari **Selasa 26 Juli 2022**.

Disetujui oleh,

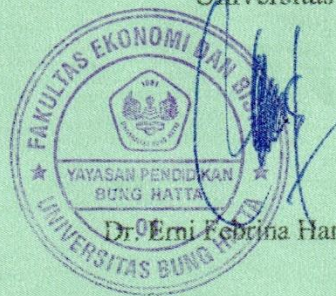
Pembimbing

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bung Hatta



Reni Yuliviona SE., M.M., Ph.d



Dr. Erni Febrina Harahap, SE., M.Si

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diajukan dalam naskah ini dan disebutkan didalam daftar pustaka

Padang, Juli 2022

Taufik dwi harpama

PENGARUH KUALITAS HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MOTOR N-MAX DI KOTA PADANG

Taufik dwi harpama ¹, Reni Yuliviona, SE.,M.M.,Ph.D ²

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bung HattaE-

mail : taufikdwiharpama@gmail.com,reniyuliviona@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, Fasilitas wisata Promosi wisata terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner. Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini konsumen yang ingin membeli motor Yamaha N-MAX di Tjhaja baru Padang yang berjumlah sebanyak 80 responden. Metode analisa data dalam penelitian ini adalah PLS. Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan metode analisis meliputi: Measurement Model Assessment , Analisis Deskriptif, R Square, Q square dan Structural Model Assessment. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh terhadap Minat beli konsumen motor Yamaha N-max di kota Padang. Promosi tidak berpengaruh positif terhadap Minat beli konsumen motor Yamaha N-max di Kota Padang. Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat beli konsumen motor Yamaha N-MAX di Kota Padang

Kata kunci :Kualitas Harga, Promosi, Kualitas Produk, Minat beli.

*THE EFFECT OF PRICE QUALITY, PROMOTION AND PRODUCT QUALITY ON
CONSUMER PURCHASE INTEREST IN N-MAX MOTORCYCLES IN PADANG CITY*

Taufik dwi harpama ¹, Reni Yuliviona, SE.,M.M.,Ph.D ²

Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta University

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

ABSTRACT

This study aims to determine the quality of promotional prices and product quality on buying interest. This study uses data collection methods by distributing questionnaires. The population and samples used in this study were consumers who wanted to buy a Yamaha N-MAX motorcycle in Tjhaja baru Padang, totaling 80 respondents. The data analysis method in this research is PLS. The hypotheses in this study were tested using analytical methods including: Measurement Model Assessment, Descriptive Analysis, R Square, Q Square and Structural Model Assessment. From the test results, it can be concluded that the price has an effect on consumers' buying interest in Yamaha N-max motorcycles in the city of Padang. Promotion does not have a positive effect on consumer buying interest in Yamaha N-max motorcycles in Padang City. Product quality has an effect on consumer buying interest for Yamaha N-MAX motorcycles in Padang City

Keywords: Price quality, Promotion, Product Quality, Purchase intention

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR.....	
BAB I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ...	9
2.1 Kajian Literatur	9
2.1.1 Minat beli.....	9
2.1.2 Pengertian minat beli	9
2.1.3 Faktor yang mempengaruhi minat beli	10
2.2 Kualitas Harga.....	11
2.2.1 Pengertian Kualitas harga	11
2.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas harga	12
2.3 Promosi.....	12
2.3.1 Pengertian promosi	13
2.3.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi promosi	13
2.4 Kualitas Produk	15
2.4.1 Pengertian kualitas produk.....	15
2.4.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk.....	16
2.5 Pengembangan Hipotesis	17
2.5.1 Pengaruh Kualitas harga terhadap minat beli	17
2.5.2 Pengaruh promosi terhadap minat beli	18

2.5.3 Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli.....	18
2.6 Kerangka Konseptual	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Objek, Populasi, dan Sample Penelitian	25
3.2.1 Objek.....	25
3.2.2 Populasi.....	25
3.2.3 Sampel	25
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	26
3.4 Defenisi Operasional Variabel.....	26
3.4.1 Minat beli.....	26
3.4.2 Kualitas Harga	27
3.4.3 Promosi	28
3.4.4 Kualitas Produk.....	29
3.5 Teknik Analisis Data	29
3.5.1 Measurement Model Assesement.....	29
3.5.2 Analisis Deskriptif	30
3.5.3 R Square dan Q Square	32
3.5.4 Struktural Model Assesement	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Deskripsi Umum Responden.....	34
4.1.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	34
4.1.2 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan	36
4.1.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	37
4.1.4 Karakteristik Responden berdasarkan Daerah asal	38
4.2 Teknik Analisis Data.....	39
4.2.1 Measurement Model Assesement	39
4.2.1.1 Convergent Validity	39
4.2.1.2 Deskripminant Validity.....	44
4.2.2 Analisis Deskriptif.....	46
4.2.2.1 Minat beli	46

4.2.2.2 Kualitas Harga.....	47
4.2.2.3 Promosi	48
4.2.2.4 Kualitas Produk.....	49
4.2.3 R Square dan Q Square	50
4.2.4 Struktural Model Assesement.....	51
4.2.5 Pembahasan	52
BAB V PENUTUP	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Implementasi Penelitian.....	56
5.3 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Gambaran Data penjualan motor matic 150cc	4
Tabel 1.2 Data Penjualan Motor Yamaha N-Max di Tjahaja Baru Padang	4
Tabel 1.3 Data Hasil Survey Minat beli Konsumen Tjahaja Baru Padang	6
Tabel 3.1 Kriteria Tingkat Capaian Responden (TCR)	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	36
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	37
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal	39
Tabel 4.6 Output Loading Faktor Tjahaja Baru Padang Tahap pertama	40
Tabel 4.7 Output Loading Faktor Tjahaja Baru Padang Tahap kedua	42
Tabel 4.8 Cronbach Alpha, Composite Reliability dan AVE	44
Tabel 4.9 Discriminant Validity dengan metode Fornell-Larcker Criterion	45
Tabel 4.10 Discriminant Validity dengan metode Cross Loading	46
Tabel 4.11 Minat Beli	47
Tabel 4.12 Kualitas Harga	48
Tabel 4.13 Promosi	49
Tabel 4.14 Kualitas Produk	50
Tabel 4.15 R-square	52
Tabel 4.16 Path Coefficient	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	25
Gambar 4.1 Tampilan Hasil PLS Algoritm Tjahaja Baru.....	41
Gambar 4.2 Tampilan Hasil PLS Algoritm Tjahaja Baru Tahap kedua.....	43