

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PERIKLAMAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AGYA PADA
KONSUMEN AUTO 2000 TANJUNG API-API PALEMBANG**

SKRIPSI

**diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)**

oleh:

**RATNA SARI DEWI
13151091**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINA DARMA
PALEMBANG
2017**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AGYA PADA KONSUMEN AUTO 2000 TANJUNG**

API API PALEMBANG

RATNA SARI DEWI

13.151.091

**Telah Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Program Studi Manajemen**

Palembang, Juli 2017

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Bina Darma

Dekan,

Universitas

Bina
Darma

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Dr. Emi Suwarni, S.E.,M.Si

Pembimbing I,



Heriyanto S.E.,M.Si

Pembimbing II,



Asmanita S.E.,M.Si

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi in berjudul "PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AGYA PADA KONSUMEN AUTO 2000 TANJUNG API API PALEMBANG", telah dipertahankan di depan komisi Penguji pada hari kamis tanggal 21 Juni 2017 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

Komisi Penguji

- | | | |
|---------------------------------|------------|---------|
| 1. Heriyanto, S.E., M.Si | Ketua | (.....) |
| 2. Asmanita, S.E, M.Si | Sekretaris | (.....) |
| 3. Irwan Septayuda, S.E., M.Si | Anggota | (.....) |
| 4. Andrian Noviardy, S.E., M.Si | Anggota | (.....) |

Palembang, 21 Juni 2017

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bina Darma

Ketua,

Universitas Bina Darma
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Heriyanto, S.E., M.Si

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : RATNA SARI DEWI

NIM : 13151091

Progran Studi : Manajemen

dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di Universitas Bina Darma atau di perguruan tinggi lain
2. Skripsi ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri dengan arahan Tim pembimbing
3. di dalam Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau di publikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dengan mencantumkan nama pengarang dan masukan kedalam daftar rujukan.
4. Saya bersedia Skripsi yang saya hasilkan dicek keasliannya menggunakan *plagiarsm chereker* serta diunggah ke internet, sehinga bisa di akses publik secara *daring*.
5. Surat pernyataan ini saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terbukti melakukan penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat agar dapat dipergunakan sebagai mana mestinya.

Palembang, Juni 2017
Y. membuat pernyataan,



RATNA SARI DEWI
NIM: 13151091

ABSTRAK

Persepsi masyarakat menganggap produk toyota Agya sebagai produk berkelas tinggi dengan harga terjangkau untuk kalangan menengah. Masyarakat mengetahui bahwa mobil-mobil toyota berkualitas tinggi yang biasanya mereka lihat ditelevisi harganya mahal, sedangkan harga mobil toyota Agya ini dijual dengan harga cukup terjangkau untuk kalangan menengah sehingga mendorong masyarakat untuk mencoba membeli mobil toyota Agya tersebut. Disamping itu, mobil toyota Agya ini muncul pertama kali dibandingkan dengan mobil merek lain dengan harga terjangkau. Dengan adanya bentuk harga dan periklanan yang dilaksanakan perusahaan diharapkan dapat meningkatkan jumlah konsumen. Agar perusahaan dapat menggunakan periklanan dan harga secara efektif, maka sebelum mengadakan kegiatan tersebut hendaknya diadakan suatu perencanaan yang baik dengan memperhatikan segala faktor yang berkaitan dengan harga dan periklanan sehingga apa yang dilaksanakan dapat berhasil dengan baik. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi harga dan periklanan terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Agya pada konsumen Auto 2000 Tanjung Api-Api Palembang. Hasil dari penelitian ini Menunjukkan bahwa 1) Ada pengaruh antara persepsi harga dan periklanan secara simultan terhadap keputusan pembelian mobil toyota Agya Pada Konsumen Auto 2000 Tanjung Api-Api Palembang ($F_{hitung} (13,997) > F_{tabel} (4.05)$); 2) Ada pengaruh antara persepsi harga secara parsial terhadap keputusan pembelian mobil toyota Agya Pada Konsumen Auto 2000 Tanjung Api-Api Palembang. ($t_{hitung} (4,063) > t_{tabel} (2.018)$); dan 3) Ada pengaruh antara periklanan secara parsial terhadap keputusan pembelian mobil toyota Agya Pada Konsumen Auto 2000 Tanjung Api-Api Palembang ($t_{hitung} (4,566) > t_{tabel} (2.018)$)

Kode Kunci : persepsi harga, periklanan, keputusan pembelian

ABSTRACT

The public perception considers the Toyota toyota product as a high-class product with affordable price for middle class. The public knows that the high-quality toyota cars they usually see are expensive, while Toyota's toyota price is sold at affordable prices for the middle class, which encourages people to try to buy Toyota's toyota car. In addition, this Toyota toyota first appeared compared to other brands of cars with affordable prices. With the form of price and advertising carried out the company is expected to increase the number of consumers. In order for companies to use advertising and prices effectively, then before carrying out these activities should be held a good plan by paying attention to all factors related to price and advertising so that what is executed can work well. The purpose of this research is to know influence of perception of price and advertisement to purchasing decision of Toyota Agya car to consumer in Auto 2000 Tanjung Api-Api Palembang. The results of this study Show that 1) There is influence between price perception and advertising simultaneously to the decision of Toyota toyota car purchase in Auto 2000 Tanjung Api-Api Palembang (F count (13,997)> F table (4.05)); 2) There is influence between the perception of the price partially to the purchase decision of Toyota toyota car at Auto Consumer 2000 Tanjung Api-Api Palembang. (T count (4.063)> t table (2.018); and 3) There is influence between advertising partially to the decision of Toyota toyota car purchase In Auto 2000 Tanjung Api-Api Palembang (t count (4,566)> t table (2.018)

Key Code: price perception, advertising, purchasing decisions

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

- ❖ Kegagalan bukan akhir dari segalanya, melainkan proses untuk mencapai keseksesan.
- ❖ Keikhlasan dan kesabaran adalah kunci untuk mencapai cita-cita.
- ❖ Jangan pernah malu untuk maju, karena malu menjadikan kita takkan pernah mengetahui dan memahami segala sesuatu hal dalam hidup ini.

(Mario Teguh)

Persembahan

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Kepada orangtua ku
2. Kakakku
3. Adik ku tercinta
4. Someone spesial
5. Sahabat terbaik (Nyun)
6. Teman seperjuanganku (Kamel, Irvan, Dian dan Feli)
7. Almamaterku

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Ratna Sari Dewi
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/Tanggal Lahir : Palembang, 25 April 1995
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat : Jl. Di Panjaitan Lr. Pahlawan 1 rt:05 rw:02 No:572
Plaju, Palembang
No. Telepon / HP : 082178001957
Email : saridewiratna413@gmail.com

Pendidikan Formal

Sekolah Dasar (2001-2007) : SD Negeri 262 Palembang
SMP (2007-2010) : SMP Sriguna Palembang
SMA(2010-2013) : SMA PGRI 2 Palembang

KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya jualah, proposal penelitian ini dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu syarat untuk diteruskan menjadi skripsi sebagai proses akhir dalam menyelesaikan pendidikan dibangku kuliah.

Dalam penulisan proposal ini, tentunya masih jauh dari sempurna. Hal ini dikarenakan keterbatasnya pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu dalam rangka melengkapi kesempurnaan dari penulisan skripsi ini diharapkan adanya saran dan kritik yang diberikan bersifat membangun.

Pada kesempatan yang baik ini, tak lupa penulis menghaturkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, nasehat dan pemikiran dalam penulisan skripsi ini, terutama kepada :

1. Dr. Emi Suwarni, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Heriyanto, S.E. M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen dan selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan bantuannya.
3. Asmanita, S.E., M.Si., selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan bantuannya.
4. Staf Karyawan dan dosen pengajar Universitas Bina Darma Palembang yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan selama penulis menuntut ilmu di Universitas Bina Darma Palembang

5. Kedua orang tuaku tercinta yang selama ini telah membimbingku hingga aku dewasa dan keluargaku yang telah memberikan dorongan hingga aku tumbuh jadi orang yang berkarakter baik.
6. Kepada seseorang yang tersayang selama ini memberikan dukungan dan semangat sehingga dalam penulisan skripsi ini berjalan dengan lancar.
7. Teman-teman di Program Studi Manajemen yang telah banyak membantu.

Palembang, Juli 2017

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBARAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvI
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Harga.....	7
2.1.1 Prosedur Penetapan Harga	7
2.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Harga.....	8
2.2 Definisi Permintaan.....	9
2.2.1 Konsep Permintaan.....	10
2.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan.....	10
2.3 Definisi Permintaan.....	12
2.4 Pengertian Pengiklanan.....	12
2.4.1 Fungsi Periklanan.....	13
2.4.3 Tujuan Periklanan	14
2.4.4 Tempat dan Waktu Memasang Iklan	16
2.5 Keputusan Pembelian.....	16
2.5.1 Proses Pengambilan Keputusan	17
2.5.2 Tahapan pembelian Konsumen	18
2.5.3 Motif Pembelian.....	19
2.6 Hubungan Periklanan dan Keputusan Pembelian Konsumen.....	19
2.7 Hubungan Harga dan keputusan Pembelian Konsumen	20
2.8 Penelitian Terdahulu	21
2.9 Kerangka Berpikir.....	22
2.10Hipotesis.....	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	25
3.2 Variabel Penelitian	25
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	25

3.4 Populasi dan Sampel	27
3.5 Jenis dan sumber Data.....	28
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	28
3.7 Analisis Data.....	29

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Hasil Penelitian	45
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	45
4.1.2 Deskripsi Responden.....	45
4.1.3 Analisis Data Penelitian	49
4.1.4 Uji Validitas dan Reabilitas	64
4.1.5 Analisis Statistik	65
4.2. Pembahasan.....	71

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	17
Gambar 2.2 <i>Kerangka Pemikiran</i>	23

DAFTAR TABEL

	HALAMAN
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu ..	22
Tabel 3.1 Operasional Variabel	27
Tabel 3.2 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	41
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	48
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.4 Saya lebih memprioritaskan mobil Toyota Agya ketika memutuskan membeli mobil.....	49
Tabel 4.5 Sebelum membeli mobil Toyota Agya, saya mencari informasi mengenai layanan dan fitur yang saya butuhkan.....	50
Tabel 4.6 Setelah mendapatkan informasi mengenai produk mobil Toyota Agya, saya akan mengevaluasi secara teliti informasi tersebut untuk mengambil keputusan	50
Tabel 4.7 Membeli/menggunakan mobil Toyota Agya merupakan keputusan yang tepat bagi saya.....	51
Tabel 4.8 Saya akan merekomendasikan produk mobil Toyota Agya kepada orang lain	52
Tabel 4.9 Anda sebagai konsumen memiliki keinginan yang kuat untuk membeli produk mobil Toyota Agya	52
Tabel 4.10 Anda sebagai konsumen merasakan adanya risiko keuangan dalam membeli produk Toyota Agya.....	53
Tabel 4.11 Anda sebagai konsumen merasakan adanya risiko keuangan dalam membeli produk Toyota Agya.....	54
Tabel 4.12 Harga mobil Toyota Agya terjangkau dari pada mobil jenis Lainnya.....	54
Tabel 4.13 Produk mobil Toyota Agya merupakan produk ternama dan dikenal konsumen dengan harga yang dapat bersaing dikelasnya.....	55
Tabel 4.14 Harga mobil Toyota Agya yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produknya	56
Tabel 4.15 Harga mobil Toyota Agya yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang konsumen dapatkan	56
Tabel 4.16 Harga mobil Toyota Agya dapat bersaing dengan produk mobil lainnya	57
Tabel 4.17 Konsumen merasa puas dengan harga yang ditawarkan oleh mobil Toyota Agya dan merasa lebih tenang menggunakan mobil Toyota Agya karena perusahaan menjamin kualitas dan harganya terjangkau	58
Tabel 4.18 Harga mobil Toyota Agya dapat dikategorikan realitis dan harganya terjangkau bagi kelas menengah ke bawah.....	58
Tabel 4.19 Harga mobil Toyota Agya kompetitif atau bersaing dengan harga mobil jenis lainnya.....	59
Tabel 4.20 Harga mobil Toyota Agya memiliki efek diferensial positif bagi konsumen	60

HALAMAN

Tabel 4.21	Harga pembelian mobil Toyota Agya sesuai dengan penetapan pajak yang ada dalam peraturan.....	60
Tabel 4.22	Kualitas munculnya iklan mobil Toyota Agya di media jelas dan menarik	61
Tabel 4.23	Aktivitas kontak langsung antara produsen dan konsumen diberbagai even benar dan baik.....	61
Tabel 4.24	Kualitas penyampaian pesan dalam penayangan iklan mobil Totota Agya di media promosi jelas dapat dikategorikan baik.....	62
Tabel 4.25	Iklan mobil Toyota Agya Menarik	62
Tabel 4.26	Tampilan iklan mobil Toyot Agya berbeda dengan tampilan iklan mobil lain	63
Tabel 4.27	Informasi melalui media iklan mobil Toyota Agya Sudah tepat dan jelas	63
Tabel 4.28	Uji validitas	64
Tabel 4.29	Uji Reliabilitas	66
Tabel 4.30	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	66
Tabel 4.31	Hasil Pengujian Hipotesis F.....	68
Tabel 4.32	Hasil Uji t (parsial).....	69
Tabel 4.33	Hasil Uji Determinan	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuesioner
2. Out Put SPSS
3. Pengusulan Judul Skripsi
4. Formulir Nota Dinas
5. Surat Izin penelitian Dari Auto 200 Tanjung Api-Api Palembang
6. Kartu Bimbingan Proposal dan Skripsi
7. Surat Keterangan Lulus Ujian Proposal
8. Formulir Perbaikan Proposal
9. Surat Keterangan Lulus Ujian Sarjana
10. Lembar ACC Perbaikan Skripsi
11. Formulir Bebas Pustaka