

**PENGARUH DESAIN PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA BEAT PADA
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI
JAKARTA DI JAKARTA**

DELLA AGISTA

8135154786



*Building
Future
Leaders*

**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019**

***THE EFFECT OF PRODUCT DESIGN AND PROMOTION ON
PURCHASE DECISIONS OF HONDA BEAT MOTORBIKE IN THE
FACULTY OF ECONOMICS STUDENT IN STATE UNIVERSITY OF
JAKARTA***

**DELLA AGISTA
8135154786**



*Building
Future
Leaders*

***Thesis Is Organized As One of The Requirements for Obtaining Bachelor of
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta***

***STUDY PROGRAM OF BUSINESS EDUCATION
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2019***

ABSTRAK

DELLA AGISTA, Pengaruh Desain Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Sepeda Motor Honda Beat pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, selama 6 bulan terhitung sejak Januari sampai dengan Juni 2019. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh desain produk dan promosi terhadap keputusan pembelian di sepeda motor Honda Beat pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode *survey* dengan pendekatan korelasional, populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *Purposive sampling* sebanyak 118 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 15,078 + 0,405 X_1 + 0,376 X_2$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Smimov* dengan tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikan Y bernilai sebesar 0,200, X_1 bernilai sebesar 0,200, X_2 bernilai sebesar 0,200. Karena tingkat signifikansi ketiga variabel tersebut $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Uji linieritas regresi Y atas X_1 dan Y atas X_2 menghasilkan nilai signifikansi pada *Linearity*, yaitu $0,000 < 0,05$, sehingga disimpulkan bahwa memiliki hubungan yang linier. Dari uji keberartian regresi Y atas X_1 dan X_2 menghasilkan $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $38,602 > F_{tabel} = 3,08$ sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut signifikan. Selanjutnya, dilakukan uji t dan dihasilkan Y atas X_1 $t_{hitung} = 3,605$ dan $t_{tabel} = 1,65821$, Y atas X_2 $t_{hitung} = 3,653$ dan $t_{tabel} = 1,65821$. Nilai koefisien korelasi antara variabel desain produk (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,576 dan nilai koefisien korelasi antara variabel promosi (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,578. Jadi, terdapat hubungan positif dan signifikan antara desain produk dengan keputusan pembelian, serta hubungan positif dan signifikan antara promosi dengan keputusan pembelian. Dengan demikian, dapat disimpulkan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara desain produk dan promosi dengan keputusan pembelian. Koefisien determinasi Y atas X_1 dan X_2 yang diperoleh sebesar 0,402 yang menunjukkan bahwa 40,2 % variabel keputusan pembelian ditentukan oleh desain produk dan promosi. Sementara itu, sisanya 59,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Desain Produk, Promosi

ABSTRACT

DELLA AGISTA, *The Effect Of Design Product And Promotion On Purchase Decisions Of Honda Beat Motorbike In The Faculty Of Economics Student In State University Of Jakarta. Faculty of Economics, State University of Jakarta.*

This research was conducted in The Faculty of Economics Student in State University of Jakarta, for 6 months, starting from January to June 2018. The purpose of this study is to determine the effect of design product and promotion on purchase decisions of Honda Beat motorbike in The Faculty of Economics Student in State University Of Jakarta. The research method used is survey method with the correlation approach, population used are all student in The Faculty of Economics Student in State University of Jakarta. The sampling technique used technique of purposive sampling as many as 118 people. The resulting regression equation is $\hat{Y} = 15,078 + 0,405 X_1 + 0,376 X_2$. Test requirements analysis that estimates the error normality test regression of Y on X_1 with Kolmogorov-Smimov test with significance level (α) = 5% or 0,05 estimates significance of Y equal to 0,200, X_1 equal to 0,200, X_2 equal to 0,200. Because the significance level is > 0.05 it can be concluded that the data is normally distributed and can be used. Testing linearity of regression Y on X_1 and Y on X_2 yields a significance value on Linearity, that is $0,000 < 0.05$, so it is concluded that it has a linear relationship. Hypothesis testing from the significance regression Y on X_1 and X_2 produces $F_{count} > F_{table}$ which, $36,602 > 3,08$, meaning that the regression equation is significant. Then performed the test significance correlation coefficient using t test and the resulting $t_{count} > t_{table}$, $t_{count} = 3,605$ and $t_{table} = 1,65821$ and performed the test significance correlation coefficient using t test and the resulting $t_{count} > t_{table}$, $t_{count} = 3,653$ and $t_{table} = 1,65821$. The value of correlation coefficient between variable of design product (X_1) to purchase decisions (Y) equal to 0,576 and value of correlation coefficient between variable of promotion (X_2) to purchase decisions (Y) equal to 0,578. Thus, there is a positive and significant relationship between design product and purchase decisions and there is a positive and significant relationship between promotion and purchase decisions. The coefficient of determination Y on X_1 and X_2 obtained by 0,402 indicating that 40,2% variable purchase decisions is determined by the design product and promotion. Meanwhile, the remaining 59,8% is influenced by other factors.

Key word: *Purchase Decision, Design Product, Promotion*

LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi

Prof. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus
NIP. 196712071992031001

| Nama | Jabatan | Tanda Tangan | Tanggal |
|---|---------------|--------------|---------------------|
| 1. <u>Dra. Dientje Griandini, M.Pd</u> NIP. 195507221982102001 | Ketua Penguji | | 09-08-2019 |
| 2. <u>Dita Puruwita, S.Pd, M.Si</u> NIP. 198209082010122004 | Penguji Ahli | | 09-08-2019 |
| 3. <u>Terrylina Arvinta Monoarfa, SE, MM</u> NIDK. 8854660018 | Sekretaris | | 09-08-2019 |
| 4. <u>Dr. Corry Yohana, M.M</u> NIP. 195909181985032011 | Pembimbing I | | 09-08-2019 |
| 5. <u>Ryna Parlyna, MBA</u> NIP. 197701112008122003 | Pembimbing II | | 09-08-2019 |

Tanggal Lulus: 30-07-2019

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juli 2019

Yang membuat pernyataan



Della Agista
NIM.8135154786

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“I wasn’t born with anything so
my constant effort is my weapon.”

(Go Up by. Winner)

“Failure is the mother of success.
Don’t be scared, challenge yourself.
Fall seven times, get up eight times.”

(Just Go by. Sonamoo)

“The world is filled with beautiful things and great things.
That it’s been a while since we stopped caring about money and power.”

(Happiness by. Red Velvet)

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Mama, Papa dan Abang tercinta yang selalu setia tiada henti menyayangi dengan tulus, mendukung dalam memberikan moril dan materil selama hidup saya, selalu mendoakan saya, selalu menyemangati dan mempercayai saya untuk dapat meraih mimpi agar menjadi pribadi yang bermanfaat.

Saya persembahkan juga skripsi saya ini untuk Bu Corry Yohana dan Mam Ryna yang telah banyak berjasa dalam membimbing, sehingga skripsi ini terselesaikan.

Semoga kehidupan kita dipenuhi keberkahan dan selamat di dunia maupun akhirat, serta dapat berkumpul di Surga-Nya dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi orang lain.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti curahkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta pertolongan-Nya, serta shalawat dan salam peneliti haturkan kepada Rasulullah SAW beserta keluarga, kerabat, sahabat dan juga umatnya yang tetap istiqomah hingga akhir zaman nanti. Hanya dengan pertolongan dan kemurahan-Nya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Desain Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di Jakarta”.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Program Studi Pendidikan Bisnis, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Dengan segenap kerendahan hati peneliti mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya dari dasar hati yang paling dalam kepada:

1. Dr. Corry Yohana, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak membimbing selama penulisan dan penyusunan skripsi serta memberikan motivasi penuh dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Ryna Parlyna, MBA selaku Dosen Pembimbing II yang telah membantu dengan segala kesabaran dan perhatiannya dalam memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi dan selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis.

3. Prof. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi yang juga telah banyak berperan dalam membimbing selama ini.
4. Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Administrasi yang telah banyak membantu dan memberikan pengarahan serta informasi penting mengenai penyusunan skripsi.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat kepada setiap mahasiswa.
6. Kedua orang tua tercinta yaitu, Ibu Tri Bahari Yulianti dan Bapak Azwin Wahab, serta abang Fandi Ahmad yang selalu setia mendukung, menemani, menyayangi dengan tulus, sabar dan penuh pengertian memberikan semangat, waktu, materi maupun do'anya untuk menyelesaikan skripsi.

Bahwa segala daya dan upaya telah dicurahkan, namun dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran membangun guna menambah pengetahuan peneliti dalam menyusun skripsi.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah khasanah pengetahuan yang khususnya berkaitan dengan desain produk, promosi, dan keputusan pembelian. Amin.

Jakarta, Juli 2019

Della Agista