



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
MINAT BELI PADA YAMAHA ALL NEW NMAX
(STUDI PADA KONSUMEN YAMAHA *FLAGSHIP SHOP* KOTA
SEMARANG)**

Skripsi

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata 1

Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

AWAL SUKMA PRIMAJATI

14030118130062

DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS DIPONEGORO

2022

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Awal Sukma Primajati

NIM : 14030118130062

Departemen : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Yamaha All New NMAX

(Studi pada Konsumen Yamaha *Flagship Shop* Semarang)

merupakan hasil karya ilmiah tulis saya sendiri, karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20%. Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 12 September 2022

Pembuat Pernyataan,



Awal Sukma Primajati

NIM. 14030118130062

HALAMAN PENGESAHAN

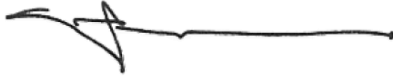
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Yamaha All New NMAX (Studi Pada Konsumen Yamaha *Flagship Shop* Kota Semarang)
Nama Penyusun : Awal Sukma Primajati
Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I pada Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Semarang, 15 September 2022

Dekan

Wakil Dekan



Dr. Drs. Hardi Warsono., M.T.
NIP. 196408271990011001

Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin
NIP. 196908221994031003

Dosen Pembimbing

Dr. Sari Listyorini, S.Sos, M.AB

(.....)

Prof. Dr. Dra. Ari Pradhanawati M.S.

(.....)

Dosen Penguji

Dr. Widiartanto, S,Sos., M.AB

(.....)

Prof. Dr. Dra. Ari Pradhanawati M.S.

(.....)

Dr. Sari Listyorini, S.Sos, M.AB

(.....)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Skripsi yang baik adalah skripsi yang selesai”

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Orang tua tercinta, Ibu dan Bapak saya yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan setiap saat.
2. Dosen pembimbing I dan pembimbing II saya, Bu Sari dan Prof Ari yang selalu membimbing saya dalam proses penyusunan skripsi.
3. Seluruh dosen Administrasi Bisnis yang telah membantu penulis selama menempuh pendidikan perkuliahan.
4. Yamaha *Flagship Shop* Semarang yang telah mengizinkan saya untuk melakukan skripsi.
5. Teman-teman Administrasi Bisnis 2018 yang telah menemani perkuliahan hingga saat ini, terutama kelompok belajar Suka Gendut yang telah memberikan pengaruh positif dan membantu saya dalam mengerjakan skripsi.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT
BELI PADA YAMAHA ALL NEW NMAX
(STUDI PADA KONSUMEN YAMAHA *FLAGSHIP SHOP* KOTA
SEMARANG)**

ABSTRAK

Yamaha All New NMAX merupakan salah produk dari Yamaha yang paling banyak diminati oleh masyarakat. Keputusan konsumen untuk memiliki niat membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan merupakan salah satu faktor penting dalam persaingan antar perusahaan. Permasalahan muncul ketika Yamaha All New NMAX yang merupakan salah satu pelopor motor matic besar yang ada di Indonesia harus kalah saing dengan kompetitornya. Kekurangan yang dimiliki oleh sepeda motor ini yaitu desain yang ditawarkan kurang elegan dan mewah. Selain itu, masih terdapat beberapa keluhan konsumen mengenai kualitas dari Yamaha All New NMAX seperti versi standar dari sisi keamanan, sang kompetitornya sudah dibekali fitur *smart key* atau *keyless*. Yamaha melihat penetapan harga sebagai hal yang paling penting dan harus mendapatkan perhatian khusus. Jika konsumen sudah bersedia dengan harga yang ditawarkan, maka produk tersebut akan diterima oleh masyarakat luas. Maka melihat permasalahan diatas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli Yamaha All New NMAX.

Adapun tipe penelitian yang digunakan yaitu *explanatory research*, jumlah sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 94 responden yang pernah melakukan pembelian Yamaha All New NMAX di Yamaha *Flagship Shop* Semarang selama 4 tahun terakhir dengan menggunakan teknik *non-probabilty sampling* yaitu *purposive sampling*. Dalam mengolah data dalam penelitian ini menggunakan bantuan *software* SPSS versi 26 didapatkan hasil bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, kualitas produk dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh peneliti memiliki beberapa saran seperti meningkatkan teknologi yang ada pada mesin, agar dapat menghemat bahan bakar, melakukan peningkatan dalam segi *body* agar nyaman digunakan sehari-hari, meningkatkan kualitas mesin agar dapat digunakan dalam jangka waktu yang panjang dan yang terakhir meningkatkan performa motor agar tidak dapat mengalami kerusakan. Kemudian memperbaiki harga jual yang ditawarkan oleh pihak Yamaha dari segi keterjangkauan harga disesuaikan dengan tingkat pendapatan penduduk di Indonesia. Dengan adanya saran tersebut diharapkan dapat meningkatnya minat konsumen dalam mengikuti perkembangan Yamaha All New NMAX.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Minat Beli

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PRICE ON BUYING
INTEREST IN YAMAHA ALL NEW NMAX
(STUDY ON CONSUMERS YAMAHA FLAGSHIP SHOP SEMARANG
CITY)**

ABSTRACT

Yamaha All New NMAX is one of the products from Yamaha that is most in demand by the public. The decision of consumers to have the intention to buy products offered by companies is one of the important factors in competition between companies. The problem arose when the Yamaha All New NMAX, which is one of the pioneers of large automatic motorcycles in Indonesia, had to be less competitive with its competitors. The disadvantage of this motorcycle is that the design offered is less elegant and luxurious. In addition, there are still some consumer complaints about the quality of the Yamaha All New NMAX such as the standard version in terms of security, the competitor has been equipped with a smart key or keyless feature. Yamaha sees pricing as the most important thing and should get special attention. If consumers are already willing to the price offered, then the product will be accepted by the wider community. So looking at the problems above this study aims to determine the effect of product quality and price on the interest in buying Yamaha All New NMAX.

As for the type of research used, namely explanatory research, the number of samples in this study was 94 respondents who had purchased Yamaha All New NMAX at Yamaha Flagship Shop Semarang for the last 4 years using a non-probabilty sampling technique, namely purposive sampling. In processing the data in this study using the help of SPSS software version 26, results were obtained that product quality has a positive and significant influence on buying interest, price has a positive and significant influence on buying interest, product quality and price have a positive and significant influence on buying interest.

Based on the results of the research obtained, researchers have several suggestions such as improving the existing technology in the engine, in order to save fuel, make improvements in terms of the body so that it is comfortable for daily use, improve the quality of the engine so that it can be used in the long term and finally improve the performance of the motor so that it cannot be damaged. Then improve the selling price offered by Yamaha in terms of affordability according to the income level of the population in Indonesia. With this suggestion, it is hoped that consumer interest will increase in following the development of the Yamaha All New NMAX.

Keywords : *Product Quality, Price, Buying Interest*

KATA PENGANTAR

Puji syukur patut saya panjatkan kehadirat Allah SWT, atas limpahan berkat dan rahmatnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro. Saya menyadari jika dalam menyelesaikan skripsi saya ini tidak lepas dari bantuan dan kerjasama beberapa pihak. Oleh sebab itu, dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu saya baik secara moril maupun materiil selama proses penyelesaian penelitian ini, dan dikhususkan kepada:

1. Dr. Hardi Warsono, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk menyusun skripsi.
2. Dr. Widiartanto S.Sos, M.AB, selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk menyusun skripsi.
3. Dr. Widiartanto S.Sos, M.AB, selaku dosen penguji dan dosen wali yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
4. Dr. Sari Listyorini, S.Sos., M.AB selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi.
5. Prof. Dr. Dra. Ari Pradhanawati, M.S. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi.

6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
7. Keluarga dari peneliti yang dengan setia memotivasi dan mendoakan peneliti untuk dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
8. Seluruh teman-teman terdekat peneliti yang turut membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
9. Seluruh responden atas kesediaannya mengisi kuesioner yang telah saya berikan.
10. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Dalam menyusun skripsi ini penulis sadar jika masih terdapat banyak kekurangan dan membutuhkan penyempurnaan seiring berjalannya waktu. Oleh sebab itu dibutuhkan kritik dan saran yang membangun sehingga diharapkan dapat membantu kemajuan penulis. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Semarang, 12 September 2022

Penulis



Awal Sukma Primajati

NIM. 14030118130062

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Kerangka Teori	13
1.5.1 Perilaku Konsumen	13
1.5.2 Pemasaran.....	22
1.5.3 Kualitas Produk	23
1.5.4 Harga.....	26
1.5.5 Minat Beli.....	27
1.6 Hubungan Variabel Independen dengan Variabel Dependen.....	33
1.6.1 Pengaruh Kualitas Produk dengan Minat Beli	33
1.6.2 Pengaruh Harga dengan Minat Beli	34
1.7 Penelitian Terdahulu	36
1.8 Hipotesis	38
1.9 Definisi Konsep	39
1.9.1 Kualitas Produk	39
1.9.2 Harga.....	39
1.9.3 Minat Beli.....	40
1.10 Definisi Operasional	40
1.10.1 Kualitas Produk	40
1.10.2 Harga.....	41

1.10.3 Minat Beli.....	41
1.11 Metode Penelitian	42
1.11.1 Tipe Metode Penelitian	42
1.11.2 Populasi dan Sampel	42
1.11.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	44
1.11.4 Jenis dan Sumber Data	44
1.11.5 Skala Pengukuran	45
1.11.6 Teknik Pengumpulan Data	46
1.11.7 Teknik Pengelolahan Data.....	47
1.11.8 Instrumen Penelitian.....	48
1.11.9 Teknik Analisis Data	49
1.11.10 Pengujian Hipotesis.....	53
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	56
2.1 Sejarah Perusahaan	56
2.2 Visi dan Misi Perusahaan	57
2.2.1 Visi Perusahaan	57
2.2.2 Misi Perusahaan	58
2.3 Logo Perusahaan.....	58
2.4 Slogan <i>Brand</i>	60
2.4.1 Arti Slogan	60
2.4.2 Arti Pernyataan Brand	61
2.5 Struktur Organisasi dan Job Desc	61
2.6 <i>Job Description</i> Perusahaan	62
2.7 Bidang Usaha Yamaha FSS Semarang.....	64
2.8 Produk Yamaha FSS Semarang.....	65
2.9.1 Jenis Kelamin Reponden	71
2.9.2 Domisili Responden	72
2.9.3 Pendidikan Terakhir Responden	73
2.9.4 Jenis Pekerjaan Responden	74
2.9.5 Pendapatan per bulan Responden.....	75
2.9.6 Tahun Pembelian Responden.....	76
2.9.7 Tipe Motor Responden.....	77

BAB III PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI YAMAHA ALL NEW NMAX.....	79
3.1 Uji Validitas dan Uji Realibilitas.....	80
3.1.1 Uji Validitas	80
3.1.2 Uji Reliabilitas.....	84
3.2 Analisis Deskriptif Variabel	85
3.2.1 Presepsi Responden terhadap Kualitas Produk (X1).....	85
3.2.2 Presepsi Responden terhadap Harga (X2).....	106
3.2.3 Presepsi Responden terhadap Minat Beli (Y)	114
3.3 Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli	123
3.3.1 Koefisien Korelasi Kualitas Produk terhadap Minat Beli	123
3.3.2 Koefisien Determinasi Kualitas Produk terhadap Minat Beli	123
3.3.3 Regresi Linear Sederhana.....	124
3.3.4 Uji t....	126
3.4 Analisis Pengaruh Harga terhadap Minat Beli	127
3.4.1 Koefisiensi Korelasi Harga terhadap Minat Beli	127
3.4.2 Koefisiensi Determinasi Harga Terhadap Minat Beli	128
3.4.3 Regresi Linear Sederhana.....	128
3.4.4 Uji t.....	130
3.5 Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli	131
3.5.1 Koefisien Korelasi Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli	131
3.5.2 Koefisien Determinasi Kualitas Produk dan Harga Terhadap MinatBeli	132
3.5.3 Regresi Linear Berganda.....	133
3.5.4 Uji F.....	134
3.6 Pembahasan	135
BAB IV PENUTUP	150
4.1 Kesimpulan.....	150
4.2 Saran	152
DAFTAR PUSTAKA	154
LAMPIRAN.....	157

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Sepeda Motor di Indonesia Tahun 2018-2021.....	6
Tabel 1. 2 Penjualan Yamaha Flagship Shop Semarang Tahun 2016-2021	8
Tabel 1. 3 Perbandingan Harga All New NMAX dan PCX	9
Tabel 1. 4 Data Penjualan All New NMAX di <i>Flagship Shop</i> Semarang	9
Tabel 1. 5 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 1. 6 Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi	51
Tabel 3. 1 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	81
Tabel 3. 2 Uji Validitas Variabel Harga	82
Tabel 3. 3 Uji Validitas Variabel Minat Beli	83
Tabel 3. 4 Uji Reliabilitas Variabel.....	84
Tabel 3. 5 Tanggapan Responden Mengenai Bentuk <i>body</i> motor yang bongso nyaman untuk <i>riding</i>	86
Tabel 3. 6 Tanggapan Responden Mengenai Fitur <i>Y Connect</i>	88
Tabel 3. 7 Tanggapan Responden Mengenai Fitur <i>Dual Channel Anti-Lock Braking System (ABS)</i>	90
Tabel 3. 8 Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Mesin Yang Baik.....	91
Tabel 3. 9 Tanggapan Responden Mengenai Kenyamanan Saat Berkendara.....	92
Tabel 3. 10 Tanggapan Responden Mengenai Bahan Bakar yang Irit.....	93
Tabel 3. 11 Tanggapan Responden Mengenai Mudah Digunakan Sehari-hari	94
Tabel 3. 12 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Sesuai Dengan Harga	95
Tabel 3. 13 Tanggapan Responden Mengenai Sepeda Motor Bertahan Hingga 5 Tahun.....	96
Tabel 3. 14 Tanggapan Responden Mengenai Kemungkinan Kecil Mengalami Kerusakan.....	97
Tabel 3. 15 Tanggapan Responden Mengenai Keamanan Dual Channel Anti-Lock Braking System (ABS).....	98
Tabel 3. 16 Tanggapan Responden Mengenai Mesin Yang Andal diberbagai Cuaca	100

Tabel 3. 17 Rekapitulasi Penilaian Responden Mengenai Kualitas Produk terhadap Yamaha All New NMAX.....	101
Tabel 3. 18 Kategorisasi Variabel Kualitas Produk.....	105
Tabel 3. 19 Tanggapan Responden Mengenai Harga produk terjangkau	107
Tabel 3. 20 Tanggapan Responden Mengenai Harga yang ditawarkan Sesuai Dengan Kualitas yang didapatkan.....	108
Tabel 3. 21 Tanggapan Responden Mengenai Harga dapat bersaing dengan sepeda motor lain dikelasnya	109
Tabel 3. 22 Tanggapan Responden Mengenai Manfaat yang diharapkan konsumen	110
Tabel 3. 23 Rekapitulasi Penilaian Responden Mengenai Harga Yamaha All New NMAX	111
Tabel 3. 24 Kategorisasi Variabel Harga	114
Tabel 3. 25 Tanggapan Responden Mengenai Memiliki kecenderungan Untuk Membeli	115
Tabel 3. 26 Tanggapan Responden Mengenai Merekomendasikan Untuk dibeli	116
Tabel 3. 27 Tanggapan Responden Mengenai Menjadikan pilihan utama	117
Tabel 3. 28 Tanggapan Responden Mengenai Mencari Informasi Sebelum Membeli	118
Tabel 3. 29 Rekapitulasi Penilaian Responden Mengenai Minat Beli terhadap Yamaha	119
Tabel 3. 30 Kategorisasi Variabel Minat Beli.....	122
Tabel 3. 31 Koefisien Korelasi Kualitas Produk terhadap Minat Beli.....	123
Tabel 3. 32 Koefisien Determinasi Kualitas Produk terhadap Minat Beli.....	124
Tabel 3. 33 Uji Regresi Linear Sederhana Kualitas Produk Produk terhadap Minat Beli	125
Tabel 3. 34 Koefisiensi Korelasi Harga terhadap Minat Beli	128
Tabel 3. 35 Koefisien Determinasi Harga terhadap Minat Beli.....	128
Tabel 3. 36 Uji Regresi Linear Sederhana Harga terhadap Minat Beli	129

Tabel 3. 37 Koefisien Korelasi Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli	132
Tabel 3. 38 Uji Regresi Linear Berganda Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli	133
Tabel 3. 39 Pengujian Hipotesa dengan Uji F Variabel Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli.....	134

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Model Perilaku Konsumen.....	18
Gambar 1. 2 Pengambilan Keputusan Pembelian	20
Gambar 1. 3 Kurva Uji t.....	54
Gambar 1. 4 Kurva Uji F.....	55
Gambar 2. 1 Logo PT.Yamaha Indonesia Motor Manufacturing.....	58
Gambar 2. 2 Slogan <i>Brand</i>	60
Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Yamaha <i>Flagship Shop</i> Semarang	61
Gambar 2. 4 Motor tipe matic	66
Gambar 2. 5 Motor tipe Maxi	67
Gambar 2. 6 Motor bebek	68
Gambar 2. 7 Motor Tipe Naked Bike.....	69
Gambar 2. 8 Motor Tipe Sportbike	70
Gambar 3. 1 Uji t Kualitas Produk terhadap Minat Beli.....	127
Gambar 3. 2 Uji t Harga terhadap Minat Beli	131
Gambar 3. 3 Pengujian Hipotesis dengan Uji F.....	135