

**ANALISIS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK VARIASI
KENDARAAN MOBIL DI PALEMBANG**



Skripsi Oleh :

DIENAN ARLY FATRIANSYAH

01011182025018

MANAJEMEN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN KOMPREHENSIF

ANALISIS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK VARIASI KENDARAAN MOBIL DI PALEMBANG

Disusun Oleh:

Nama : Dienan Arly Fatriansyah
Nomor Induk Mahasiswa : 01011182025018
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Disetujui untuk digunakan dalam ujian Komprehensif.

Tanggal Persetujuan

Tanggal:

Dosen Pembimbing



Welly Nailis, S.E., M.M
NIP.197407102008011011

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

ANALISIS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK VARIASI KENDARAAN MOBIL DI PALEMBANG

Disusun Oleh:

Nama : Dienan Arly Patriansyah
Nomor Induk Mahasiswa : 01011182025018
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

ASLI
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
10/9/2024

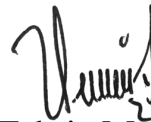
Disetujui untuk digunakan dalam ujian Komprehensif. **Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 17 Juli 2024 dan telah Memenuhi syarat untuk diterima.**

Dosen Pembimbing

Panitia Ujian Komprehensif
Palembang, 2024
Penguji

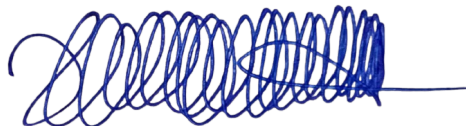


Welly Nailis, S.E., M.M
NIP.197407102008011011



Hera Febria Mavilinda, S.E., M.Si
NIP.198802282019032018

Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen



DR. M. Ichsan Hadjri, S.T., M.M
NIP.198907112018031001

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:
Disusun Oleh:

Nama : Dienan Arly Fatriansyah
Nomor Induk Mahasiswa :01011182025018
Fakultas :Ekonomi
Jurusan :Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi :Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul:

**ANALISIS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK VARIASI KENDARAAN MOBIL
DI PALEMBANG**

Pembimbing : Welly Nailis,S.E.,M.M
Penguji : Hera Febria Mavilinda,S.E.,M.Si
Tanggal Ujian : 17 Juli 2024

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar sarjana.

Palembang, 2 September 2024



Dienan Arly Fatriansyah
NIM.01011182025018

MOTTO

*“Bersyukur lah atas apa yang kamu miliki siapa tau yang kamu milikki sekarang
adalah hal yang ingin di miliki orang lain”*

-Dienan Arly-

PERSEMBAHAN

Saya mempersembahkan skripsi ini kepada papa dan mama saya yang selalu memberikan ketenangan, kenyamanan, dan doa untuk saya serta memberikan kehidupan yang sangat baik untuk saya sehingga saya bisa menyelesaikan studi ini. Kepada sahabat seperjuangan saya yang tidak bisa saya sebutkan nama nya satu persatu saya ucapkan banyak terima kasih.

KATA PENGANTAR

Rasa syukur dari hati terdalam saya panjatkan kepada Allah SWT pemilik kehidupan, karena dengan rahmat dan hidayah nya saya diberi kesempatan untuk menulis dan menyelesaikan skripsi ini. Sholawat dan salam saya haturkan pada Nabi Muhammad SAW semoga kelak mendapatkan syafaat beliau di yaumulakhir. Pada skripsi ini penulis mengambil judul **“ANALISIS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK VARIASI KENDARAAN MOBIL DI PALEMBANG”**. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan kualitas produk terhadap Keputusan pembelian Produk Variasi Kendaraan Mobil di Palembang. Skripsi ini saya buat dengan tujuan untuk tugas akhir saya, dan semoga penelitian ini dapat memberikan banyak manfaat bagi saya, tempat penelitian, dan orang lain.

Skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, sebagai penulis saya haturkan mohon maaf dengan terbuka menerima kritik dan saran yang membangun untuk menjadi lebih baik lagi kedepan nya. Atas perhatiannya penulis ucapkan terima kasih.

Palembang, 02 September 2024

Dienan Arly Fatriansyah
NIM.01011182025018

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, bimbingan, dan motivasi dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa Syukur dan banyak terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan Kesehatan dan kesempatan serta anugerah yang luar biasa sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik baiknya.
2. Kedua Orang Tuaku
3. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Prof. Dr. Mohamad Adam, S.E., M.E., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
5. Bapak Dr. M. Ichsan Hadjri, S.T., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
6. Ibu Lina Dameria Siregar, S.E, M.M., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
7. Bapak Welly Nailis, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing serta dosen pembimbing akademik yang telah membimbing saya serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Ibu Hera Febria Mavilinda, S.E., M.Si. selaku penguji yang bersedia meluangkan waktunya untuk datang menguji dan memberi saran dalam perbaikan penulisan skripsi ini.
9. Niken Fatwa Ayu sebagai penyemangat dan pemberi motivasi dalam pembuatan skripsi ini.
10. Teman teman yang membantu dalam memberi saran.
11. Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, terima kasih yang sebesar besarnya atas segala ilmu.

12. Seluruh staff pegawai Fakultas Ekonomi Univesitas Sriwijaya yang telah membantu saya.
13. Teman teman jursan ManajemenFakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Angkatan 2020 lainnya.
14. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan banyak hal yang membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Semoga Tuhan membalas apayang telah kalian berikan kepada saya.

ABSTRAK

ASLI
JURUSAN MANAJEMEN ... 10/9 ... 2024/ ...
FAKULTAS EKONOMI ... MU ...

ANALISIS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK VARIASI KENDARAAN MOBIL DI PALEMBANG

Oleh
Dienan Arly Fatriansyah

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap Keputusan pembelian Variasi Kendaraan Mobil di Palembang. Penelitian ini menggunakan sampel 100 responden yang memiliki kriteria pembeli serta konsumen akhir dari produk Variasi Kendaraan Mobil. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dapat melalui kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil analisis disimpulkan bahwa harga berpengaruh dalam Keputusan pembelian dan kualitas produk berpengaruh terhadap positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian serta secara simultan harga dan kualitas berpengaruh signifikan.

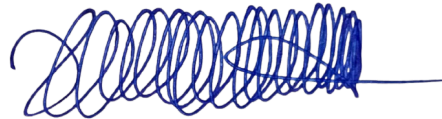
Kata Kunci : Produk, Harga

Dosen Pembimbing



Welly Nailis, S.E., M.M
NIP.197407102008011011

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. M. Ichsan Hadjri, S.T., M.M
NIP.198907112018031001

ABSTRACT

ASLI
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
EMEN
MIU
10/9/2024

**PRODUCT AND PRICE ANALYSIS ON
PURCHASING DECISIONS OF CAR MODIFICATION
PRODUCTS IN PALEMBANG**

By
Dienan Arly Fatriansyah

This research aims to determine the influence of price and product quality on purchasing decisions for car variations in Palembang. This research uses a sample of 100 respondents who have criteria for buyers and final consumers of Car Vehicle Variety products. The data collection method used in this research is through a questionnaire. The data analysis technique used is multiple regression analysis. Based on the results of the analysis, it is concluded that price has an influence on purchasing decisions and product quality has a positive and significant influence on purchasing decisions and simultaneously price and quality have a significant effect.

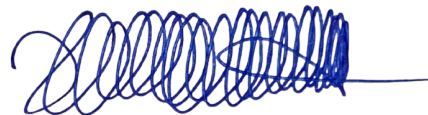
Keywords: Product, Price

Advisor



Welly Nailis, S.E., M.M
NIP.197407102008011011

Head of Manajemen Departemen



Dr. M. Ichsan Hadjri, S.T., M.M
NIP.198907112018031001

SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

saya dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa abstrak skripsi dalam bahasa Inggris dari mahasiswa:

Nama : Dienan Arly Fatriansyah
NIM : 01011182025018
Fakultas : Manajemen
Bidag Kajian/ Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Analisis Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Variasi Kendaraan Mobil di Palembang.

Telah kami periksa penulisan, grammar, maupun susunan tense nya dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

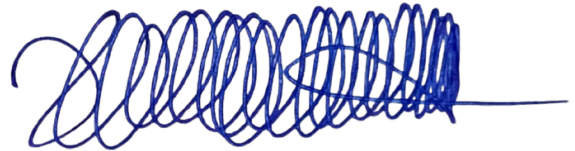
ASLI
JURUSAN MANAJEMEN 12/4/2024
FAKULTAS EKONOMI 1/4

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Dr. M. Ichsan Hadjri, S.T., M.M
NIP.198907112018031001

Pembimbing Skripsi



Welly Nailis, S.E., M.M
NIP.197407102008011011

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Mahasiswa : Dienan Arly Fatriansyah
Jenis Kelamin : Laki- Laki
Tempat / Tanggal Lahir : Palembang, 16 April 2002
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat Rumah (OrangTua) : Perumahan Bukit Naskah Indah Blok H12
Alamat E-mail : dienanarly164@gmail.com

Pendidikan Formal :
Sekolah dasar : SD LTI IGM
Sekolah Menengah Pertama : SMP LTI IGM
Sekolah Menengah Atas : SMA LTI IGM

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN KOMPREHENSIF.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	viii
ABSTRAK.....	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
SURAT PERNYATAAN ABSTRAK	xii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.2 Strategi Pemasaran	10
2.1.3 Variabel dan Indikator Pembelian	13
1. Produk.....	13
2. Harga (<i>price</i>).....	16
3. Keputusan Pembelian.....	17
2.1.4 Keputusan Membeli	18
2.2 Alur Pikir	31
2.3 Hipotesis Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	34

3.1	Metode Penelitian.....	34
3.1.1	Ruang lingkup penelitian.....	34
3.1.2	Desain penelitian	34
3.1.3	Sumber data.....	34
3.2	Populasi dan sampel	35
3.3	Instrumen penelitian	36
3.3.1	Skala pengukuran kuisisioner.....	36
3.4	Uji Data	37
3.4.1	Uji validitas	37
3.4.2	Uji Reliabilitas	37
3.5	Teknik Analisis Data.....	37
3.6	Uji hipotesis	38
3.6.1	Uji F (Simultan)	38
3.6.2	Uji t (uji parsial)	39
3.1	Definisi operasional variabel penelitian	39
BAB IV	41
4.5	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	54
4.5.1.	Uji Validitas	55
4.5.2.	Hasil Uji Reabilitas	56
4.5.3.	Hail Uji Normalitas	57
4.5.4	Hasil Uji Multikolinieritas.....	58
4.6	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	59
4.6.1.	Hasil Uji Analisis Koefiesien Determinasi R²	60
4.6.2.	Hasil Uji Hipotesis	61
4.6.3.	Hail Uji t (Parsial)	61
	Table 4.16. Uji t (Parsial)	61
4.7.	Hasil Uji F (Simultan)	63
	Table 4.17. Uji F (Simultan)	63
4.7.1.	Pembahasan.....	64
DAFTAR PUSTAKA	71

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 1. 1 Perbandingan harga toko V-tech, Sekip Jaya, dan Pasific.....</i>	4
<i>Tabel 1. 2 Data penjualan Toko V-TECH 1 tahun terakhir.....</i>	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
<i>Tabel 3. 2 Variabel Operasional Penelitian</i>	39
<i>Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</i>	44
<i>Tabel 4. 2 . Karakteristik Responden Berdasarkan Usia</i>	45
<i>Tabel 4. 3 . Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan</i>	46
<i>Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan</i>	47
<i>Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Setiap Bulan</i>	48
Tabel 4. 6 Perilaku Responden Berdasarkan Pembelian Produk Variasi Mobil.....	49
Tabel 4. 7 Responden Berdasarkan Kategori Produk Yang Sering Dibeli	50
Tabel 4. 8 Prilaku Responden Berdasarkan Seberapa Sering Mengakses Instagrama Toko Variasi.....	51
Tabel 4. 9 Prilaku Responden Berdasarkan Pihak Yang Sering Menginformasikan Untuk Belanja Di Toko Variasi.....	52
Tabel 4. 10 Responden Berdasarkan Tanggapan anda ketika melihat promosi toko variasi kendaraan di Instagram.....	53
Tabel 4. 11 Uji Validitas	55
Tabel 4. 12 Uji Reliabilitas	57
Tabel 4. 13 Uji Normalitas.....	57
Tabel 4. 14 Analisis Hasil Regresi Linier Berganda.....	59
Tabel 4. 15 Analisis Koefisien Determinasi ($\mathbf{R}^{\mathbf{2}}$).....	60
Tabel 4. 16 Uji t (Parsial).....	62
Tabel 4. 17 Uji F (Simultan)	63

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Otomotif adalah istilah yang digunakan untuk membahas semua hal yang ada kaitannya dengan alat transportasi (terutama sepeda motor dan mobil). Mengenai komponen kendaraan serta berbagai sistem di dalamnya sendiri dipelajari dalam kategori teknik. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan pengertian dari otomotif yaitu sesuatu yang berputar dengan sendirinya, Makna tersebut disimpulkan berdasarkan asal katanya yaitu “oto” dan “motif” berarti “sendiri” serta “alasan”. Maksudnya ialah mampu bergerak karena memiliki alasan tersendiri berupa landasan sistem tersebut. Singkatnya, otomotif adalah ilmu yang mengkaji tentang sistem kendaraan bermotor seperti mobil dan sepeda motor. Di dalamnya juga terdapat berbagai kajian spesifik mengenai komponen dari sistemnya meliputi mesin, bahan bakar, pengapian, pendinginan, pemasukan, pembuangan, pelumasan, keseimbangan roda, kemudi, suspensi, body, listrik serta pemindah daya. (Pengertian-otomotif-adalah-cabang-ilmu-mobil-motor.com)

Perkembangan teknologi otomotif di Indonesia dimulai pada 1960-an. Sekitar tahun itu, Kementerian Perindustrian Perdagangan mengeluarkan peraturan bersama tentang impor kendaraan bermotor serta industri perakitan dan keagenan. Gaikindo menuliskan bahwa pada periode 1971-1993, mulai bermunculan industri perakitan serta industri-industri pendukung di Indonesia seperti suku cadang, pengecatan, dan aki. Tidak hanya itu, industri dalam negeri sudah mampu memproduksi jigs dan fixtures serta proses pengecatan, las, trimming, hingga metal finishing. ([Sejarah-umum-teknologi-otomotif-mulai-kapan-masuk-indonesia-gNGC](#))

Pada masa sekarang tidak jauh beda dengan masa zaman dulu dunia otomotif tetap sama hanya beda hal nya di zaman sekarang dunia per-otomotifan lebih banyak variasi dengan dukungan teknologi di zaman sekarang semakin terkenalnya otomotif dan variasi di kalangan muda dan tua banyak yang mempercayai mobil mereka ke toko- toko variasi agar dibuat sedemikian rupa agar lebih bagus contohnya seperti memasang lampu dengan merek yang lebih unggul dan bagus, mengganti sarung jok mobil, dan lain-lain. Semakin banyaknya yang menyukai per variasi ini membuat toko variasi menarik beberapa kalangan muda untuk dijadikan Brand Ambassador yang mempunyai hobi di bidang otomotif dan variasi untuk mempromosikan toko mereka. Semakin banyak kalangan muda yang mempromosikan toko tersebut mereka mendapatkan harga special, itu adalah bentuk timbal balik terhadap owner toko tersebut dengan Brand Ambassador tersebut, salah satunya yaitu V-TECH Palembang. (agus dan Felix 2023)

V-TECH Palembang ialah salah satu perusahaan otomotif yang beragam di Jalan.Kol.H.Burlian, No.275 H-J Km.7,Sukarami,Kec.Sukarami Kota Palembang, Sumatera Selatan. V-TECH Palembang sedang menjajaki peluang bisnis di bidang ini. Mereka masih memiliki koleksi mobil langka dan berpeluang menjadikannya pemimpin terhormat. Agar V-TECH Palembang dapat menjadi pemimpin pasar, maka harus mampu memberikan pelayanan, dan produk berkualitas terbaik dengan harga terjangkau. Hal ini jelas bertujuan untuk menarik pelanggan. Namun terdapat permasalahan baik dari pihak eksternal seperti kompetitor maupun pihak internal, termasuk personel dan peralatan yang menunjang kualitas pelayanan agar V-TECH Palembang menjadi pemimpin kerakyatan. V-TECH Palembang berprinsip untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama dengan menjaga kualitas pelayanan yang lebih baik dan loyalitas kepada pelanggan hingga berbagai toko V-TECH Palembang penting untuk kelangsungan hidup dan

kepuasan pelanggan, dengan pelayanan yang diberikan dapat memuaskan hati pelanggan baru (Agus, 2023).

V-TECH tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan kendaraan, tetapi juga menawarkan layanan interior dan audio untuk mereka yang ingin mengubah atau memodifikasi mobil standar menjadi sesuatu yang unik. Hal ini menjadi semakin penting mengingat jumlah pameran modifikasi yang kian bertambah di Indonesia, seperti Aklira Auto Contest, Djarum Black Auto Blacktrove, dan lainnya. Oleh karena itu, bengkel modifikasi V-TECH, Sekip Jaya, dan Pasific Palembang berusaha mendorong kreativitas sebaik mungkin agar karya-karya yang dihasilkan mendapat pengakuan yang layak.

Selain menjadi pelaku utama dalam pameran modifikasi di Indonesia, keberhasilan dalam pameran ini juga berpotensi sebagai alat promosi yang efektif bagi V-TECH, Sekip Jaya, dan Pasific Palembang. Penting untuk dicatat bahwa dalam dunia modifikasi mobil, pelayanan memiliki peran yang sangat signifikan dalam memenuhi harapan dan kepuasan konsumen. Dalam konteks ini, bisnis modifikasi mobil dapat dilihat sebagai penyedia jasa. Banyak dari konsumen kami datang ke V-TECH, Sekip Jaya, dan Pasific. (Felix2024)

V-Tech Palembang untuk mendapatkan layanan khusus, baik itu dalam pembelian barang maupun dalam membawa barang mereka sendiri. Dalam perjuangan mencapai tujuan ini, perusahaan kami berkomitmen untuk tidak hanya memberikan pelayanan yang berkualitas, tetapi juga meningkatkan standar pelayanan kami secara terus-menerus.

Kebutuhan akan transportasi khususnya kendaraan roda empat menjadi sangat penting bagi penduduk Indonesia di era yang terus berkembang ini. Situasi ini telah mendorong persaingan di antara berbagai produsen mobil asing seperti Toyota, Daihatsu, Nissan, Mitsubishi, Honda, Valvo, BMW, dan lainnya, untuk menciptakan produk yang dapat diterima oleh konsumen mereka. Pendekatan ini menjadi kunci bagi produsen mobil

untuk mendapatkan dominasi dalam berbagai aspek, termasuk inovasi yang melibatkan mobil empat roda, kinerja mesin, efisiensi bahan bakar, serta keselamatan dan kenyamanan berkendara. Hal ini memungkinkan produsen mobil tertentu untuk mengukuhkan posisinya di pasaran. Sebagai contoh, jika seseorang berencana untuk membeli atau memesan mobil merek Volvo, maka faktor "keamanan" menjadi aspek yang tak boleh dilupakan, sementara BMW dikenal sebagai "mobil penggerak." Kelebihan dan karakteristik khusus ini menjadi daya tarik bagi konsumen. (Agus, 2024)

Seperti halnya semua produsen memiliki banyak keunggulan, tidak ada yang sempurna. Ketika terdapat kekurangan pada produsen mobil tertentu, Agus, pemilik toko variasi V-TECH Palembang, melihat peluang bisnis dalam mengatasi kekurangan tersebut. Dari sini, ia memutuskan untuk membuka toko yang khusus menyediakan dan menginstal berbagai aksesoris mobil seperti radio, kaca film, AC, lampu depan, lampu lalu lintas, sarung jok, dan karpet dasar. Selain itu, V-TECH, Sekip Jaya, Pasific Palembang juga menawarkan layanan remapping ECU untuk mengatasi berbagai masalah yang mungkin dialami oleh konsumen. dengan demikian, segala kekurangan pada mobil dapat diatasi, meningkatkan kenyamanan berkendara dan estetika kendaraan.(Agus,2024)

Tabel 1. 1 Perbandingan harga toko V-tech, Sekip Jaya, dan Pasific

No	Nama Toko	Nama Produk	Kisaran Harga	Garansi	Aktifitas Promosi
1.	V-tech	Lampu head lamp PRO 7	Rp.2.500.000-Rp.5.000.000	3 tahun	Iklan, Media Sosial, dan Iklan
		Stoplamp	Rp.2.000.000-Rp.5.000.000	5 bulan	
		Foglamp PRO 7	Rp.1.800.000-Rp.3.000.000	2 tahun	
		Lampu mini laser PRO 7	Rp.1.300.000-Rp.3.000.000	15 bulan	
2.	Sekip Jaya	Lampu head lampBeebot	Rp.3.500.000-Rp.5.000.000	1 tahun	Media Sosial
		Lampu mini laser Beebot	Rp.1.800.000-Rp.5.000.000	1 tahun	
		Lampu foglamp	Rp.2.500.000-Rp.3.000.000	1 tahun	

		Beebot			
3.	Pacific	Lampu head lamp Saber	Rp.3.000.000-Rp.6.000.000	1,5 tahun	Media Sosial
		Stoplamp	Rp.2.500.000-Rp.5.000.000	2 bulan	
		Foglamp Saber	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	1,5 tahun	
		Lampu mini laser Saber	Rp.1.500.000-Rp.3.000.000	1 tahun	

Sumber : peneliti (2023)

Tabel 1. 2 Data penjualan Toko V-TECH 1 tahun terakhir

No	Nama Barang	Penjualan
1.	Lampu HeadLamp	314
2.	Lampu Minilaser	422
3.	Kaca Film	138
4.	Lampu Foglamp	218

Fenomena yang mendasari penelitian ini adalah meningkatnya minat masyarakat Palembang terhadap variasi kendaraan mobil. Tren ini terlihat dari semakin banyaknya toko variasi yang menawarkan berbagai layanan modifikasi untuk kendaraan roda empat. Seiring dengan perkembangan teknologi otomotif dan meningkatnya permintaan konsumen akan kendaraan yang tidak hanya fungsional tetapi juga estetik, toko-toko variasi mobil seperti V-TECH Palembang, Sekip Jaya, dan Pasific Palembang berupaya memenuhi kebutuhan tersebut dengan menyediakan berbagai produk dan layanan modifikasi. Namun, persaingan yang ketat di antara toko-toko variasi ini menuntut adanya strategi pemasaran yang efektif untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Dalam konteks ini, bauran pemasaran (7P) yang meliputi Produk, Harga, Promosi, Tempat, Proses, Orang, dan Bukti Fisik, menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini akan fokus pada dua elemen dari bauran pemasaran, yaitu produk dan harga, untuk menganalisis sejauh mana kedua faktor ini

mempengaruhi keputusan pembelian produk variasi kendaraan mobil di Palembang. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami dinamika pasar otomotif di Palembang dan membantu toko-toko variasi dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Kepuasan pelanggan sangat erat kaitannya dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa, maka sudah menjadi tanggung jawab perusahaan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas, berbagai jenis kendaraan dan mobil semakin meningkat. Pengusaha lain tertarik dan akibatnya timbul persaingan. dalam hal ini kita dapat melihat cukup banyak toko dan jasa cuci mobil yang ada di Palembang seperti PDC, JAC, BOOMZ, dll. Mereka semua berusaha menarik dan mempertahankan pelanggannya dengan memberikan layanan berkualitas dengan pelayanan prima.

Pada umumnya bisnis otomotif, kualitas barang yang dijual dan kebersihan fasilitas pelayanan menjadi kunci utama kelangsungan bisnis tersebut. Dengan mempertimbangkan kedua faktor tersebut, perusahaan memiliki kemampuan untuk menjaga loyalitas pelanggan dan menjaga kelangsungan bisnisnya. Selain itu, mencari persaingan dalam industri merupakan sebuah tugas yang menantang. Untuk mempertahankan eksistensi mereka, toko khusus harus berusaha keras untuk menyediakan fasilitas, akomodasi, dan layanan terbaik agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan mereka secara memuaskan. Selanjutnya, perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang sangat baik yang mencakup aspek ketepatan waktu, keterampilan dan kompetensi dari pimpinan dan karyawan, sopan santun dalam berinteraksi dengan pelanggan, fasilitas yang nyaman, atmosfer toko yang mengundang, harga yang wajar, serta memberikan informasi yang relevan mengenai produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Seluruh upaya ini bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, yang pada gilirannya akan menghasilkan loyalitas pelanggan yang kuat terhadap

perusahaan.

Secara umum terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk. Adapun faktor tersebut adalah 7P yang terdiri dari Produk, Harga, Promosi, Tempat, Proses, Orang, dan Bukti Fisik. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfani, S., Widjanarko, B., & Sariatmi, A pada tahun 2023 dengan judul Analisis Bauran Pemasaran Jasa Dengan Keputusan Pembelian Layanan, menghasilkan temuan bahwa bauran pemasaran jasa berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian layanan di RSUD Sultan Fatah Demak. Selain itu penelitian dengan hasil yang berbeda dilakukan oleh Dhedi Al Kauzar, S., & Nurhuda, N pada tahun 2023 dengan judul Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Tuuk Eatery Kota Palopo dan menghasilkan temuan bahwa secara parsial produk, tempat, promosi, proses dan tampilan fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen namun Harga dan SDM berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan pemaparan dan adanya gap research di atas, maka penulis akan melaksanakan penelitian yang berjudul “Analisis Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Variasi Kendaraan Mobil di Palembang” untuk memberikan temuan yang valid pada topik bauran pemasaran terhadap Keputusan pembelian.

1.2 Perumusan Masalah

Sesudah meneliti hal tersebut, penulis menyimpulkan bahwa salah satu faktor kunci yang mendukung keberhasilan bisnis dealer mobil ialah mampu untuk mempersempikan pelayanan serta kualitas yang sangat bagus. lebih baik. Permasalahan yang muncul dijabarkan, antara lain:

1. Apakah variabel Produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Produk Variasi Kendaraan Mobil di

Palembang?

2. Apakah variabel Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk variasi kendaraan mobil di Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Menurut perumusan masalah tersebut, bisa dijabarkan bahwa penelitian ini memiliki beberapa tujuan, antara lain:

1. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian produk variasi kendaraan Mobil di Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk variasi kendaraan mobil di Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penjabaran tujuan penelitian, dirumuskan beberapa kegunaan dari penelitian yang dilakukan, ialah:

1. Untuk Perusahaan.

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi yang berguna dan dasar strategi bagi Perusahaan untuk dapat berkembang lebih baik lagi. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan referensi tentang pengaruh yang dapat diperoleh jika menjalankan strategi yang baik bagi konsumen jika menjalankan bisnis yang memadai.

2. Untuk Pihak Lain.

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan referensi tentang pengaruh yang dapat diperoleh jika menjalankan pelayanan jasa yang baik bagi konsumen jika menjalankan bisnis yang berhubungan dengan pelayanan jasa dan harga yang memadai

DAFTAR PUSTAKA

- Ada, R. K. P., & Tontong, S. (2023). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Mulo Di Kota Timika. *jebiman: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 1(5), 347-372.
- Adawiyah, L., & Othman, L. (2022). Analisis Penerapan Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen (Studi pada De'piek Cafe & Resto Ujungbatu). *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 20(2), 1–16.
- Akkas, N., & Marwana, M. (2019). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada Cv. Anugerah Perdana Palu. *Jurnal Sinar Manajemen*, 6, 105–110. <http://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JSM/article/view/855>
- Alfani, S., Widjanarko, B., & Sariatmi, A. (2023). Analisis Bauran Pemasaran Jasa Dengan Keputusan Pembelian Layanan. *Jurnal Keperawatan Silampari*, 6(2), 2100-2108.
- Agus& Melsih Susanti. (2023). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Diperoleh Dari Tingkat Kunjungan Konsumen Ke Toko V-Tech*.
- Arifin, M. Z., Rosyidah, I. M., & Bisari, N. A. (2022). Analisis Pengaruh Marketing Mix 7P Terhadap Keputusan Pebelian (Studi Pada CV. Karya Apik MAN 3 Jombang). 2(1), 180–197.
- Ansori. (2015). Analisis pendapatan dan tingkat kesejahteraan rumah tangga petani. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(April), 49–58.
- Darmawan R., & Romadhona P. (2023). Analisis Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian di Kopi Nako Kota Wisata. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(6), 3159-3164.
- Devi Nur Bayty, & H. Ramlan, U. (2022). *Hubungan Bauran Pemasaran*,
- Dhedi Al Kauzar, S., & Nurhuda, N. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Tuuk Eatery Kota

- Palopo. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Terapan*, 1(1), 48-63.
- Fachruddin, I. (2009). *Desain Penelitian*.
- Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan, (2008) *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta
- Ghozali I. (2002). *Aplikasi Analisis Multi Variat Dengan Program SPSS*. .
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hafizd, M. S., & Farida, S. N. (2023). Strategi Bauran Pemasaran Pada Martabak Rajawali dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 973–982. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.4165>
- Hidayat Fahrul, D. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Intensitas Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Di Kota Tarakan*.
- Ilman, J., Jurnal, :, Manajemen, I., Octoviandy Purba, C., Nurhaliza, L., & Putrianti, S. D. (2022). Strategi Bauran Pemasaran Produk Tabungan Emas di PT Pegadaian (Persero) Kantor Cabang Ujungberung Bandung. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(3), 169–180. <https://journals.stimsukmamedan.ac.id/index.php/ilman>
- Imam, Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. In Unitomo Press (P. 61). https://play.google.com/books/reader?id=Pyfcdwaaqbaj&pg=GBS.PA76%0Ahttps://books.google.co.id/books?id=Pyfcdwaaqbaj&printsec=froNtcover&dq=Kepuasan+Pelanggan+adalah&hl=ban&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Kepuasan+Pelanggan+adalah&f=false
- Jayuli, M., Ruswanti, E., & Purwati, W. D. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran
- Julianty, A. P., & Hermana, C. (2023). Penerapan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Nugget “FIESTA” Di Jawa Barat. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 6(1), 61-72.

- Khotimah, K. (2023). Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 237-252.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane. (2016). Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1: & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler Dan Gary Amstrong. (2016). Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga. P125.
- Kotler, Philip Dan Gary Armstrong. (2019). Prinsip – Prinsip Pemasaran, Edisi 12 Jilid 1, Terjemahan Bob Sabran. Jakarta : Erlangga
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th Ed.). Erlangga.
- Kusumo, B. M., & Nurwulandari, A. (2023). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran PT. Avtech Adventure Teknologi Terhadap Penjualan Melalui Keputusan Pembelian. *Journal of Syntax Literate*, 8(2).
- Lahengko, T. M., Tumbel, T. M., & Asaloei, S. (2022). Strategi Bauran Pemasaran Pada Pelaku Usaha Mikro di Kecamatan Tombariri Timur Kabupaten Minahasa. *Jurnal Productivity*, 3(3), 258–263.
- Mahmudi, A., & Noer, B. A. (2023). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P di Era New Normal terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop di Malang (Studi Kasus: Kopi Ortu). *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 11(5), I41-I46.
- Nabilla, S. B., Silcyljeova, M., & Reitty L, S. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Ikan Kering Pada Umkm Toko 48 Pasar Bersehati Manado. *Emba*, 9(3), 1530–1538.
- Perdiana, R. H., Ridwan, W., Yusup, I., & Koeswandi, T. A. (2021). Analisis strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan mie ayam mang nana. *Journal in Prosiding Industrial Reseach Workshop and National Seminar*, 12, 1456–1459.
- Ramadhan, R. P., & Wahyono, T. E. (2023). Analisis Bauran Pemasaran dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk di umkm De Steak Sawojajar Daerah Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1), 78-83.
- Saefullah, (2019). Manajemen Pemasaran, Ed. Beni Ahmad Saebani, Cetakan Ke

- (Bandung: CV Pustaka Setia).
- Sase, M. M. (2023). *Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran 7p Terhadap Keputusan Pembelian Di Warunk Upnormal Gejayan Di Yogyakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Setyaningsih, F. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang. *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 221–230. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4233>
- Shopiana, S. (2019). Strategi Bauran Pemasaran Rumput Laut Gracillaria pada CV Simpul Agro Globalindo Makassar. *Jurnal Brand*, 1(2), 1–9.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*.
- Supranto. (2003). *Metode Riset Aplikasi Dalam Pemasaran (Revisi Ket)*.
- Susanto, P., & Sasmita, M. (2023). Strategi Bauran Pemasaran Kuliner Lotek dalam Meningkatkan Wisata Kuliner di Kabupaten Karawang. *Journal of Tourism and Creativity*, 7(2), 120. <https://doi.org/10.19184/jtc.v7i2.39918>
- Tonce, Y., Dan Yoseph, D. (2022). *Minat Dan Keputusan Pembelian*. Penerbit Adab. <https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=96nxeeaaqbaj>
- Wibowo, A. E., & Gunawan, A. A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Restoran Sederhana Di Harbout Bay Batam. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 9(1), 57–67. <https://doi.org/10.32477/Jrm.V9i1.364>
- Assauri Sofjan. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo Persada.
- BAMBANG NIKO PASLA. (2023). *Bisnis Digital: Pengertian, Jenis, Contoh, dan Tipsnya*. <https://Pasla.Jambiprov.Go.Id/>.
- Basu Swatha. (1996). *“Azaz-azaz Marketing”*. (. Edisi Ketiga,). Liberty.

- Belch, G. E. , & M. Belch. (2007). *Advertising and Promotion an Integrated Marketing Communication Perspective, Seventh Edition* (Seventh). McGraw-Hill/Irwin.
- Cannon, Perreault. M. (2009). *Pemasaran Dasar (Buku1)*. Selemba Empat.
- Chaffey, Smith, Dave, Richard Mayer, Kevin Johnston, & Fiona Ellis. (2000). *Internet Marketing:Strategy, Implementattion And Practice,.* Pearson Education Limited, London, England. .
- Ghozali. (2018a). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*.
- Ghozali. (2018b). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*.
- Handayani. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Trussmedika Grafika.
- Sekaran, U. (2011). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Salemba Empat.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Cetakan ke-24). Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D.*” CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. CV. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2019). (2019). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)* (Cetakan Ke-3). PT. Buku Seru.
- Swastha, I. (1999). *Manajemen Pemasaran Modern* (Edisi Kedua). Liberty.
- Welly Nailis.(2024)