

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PT. CAHAYA SAKTI YAMAHA
DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur



Oleh :

HIMAWAN RADIKTYA HUTAMA PUTRA
0912010002 / EM

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR
2013

USULAN PENELITIAN

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
YAMAHA CAHAYA SAKTI

Oleh :

HIMAWAN RADIKTYA HUTAMA PUTRA
0912010002 / EM

Telah diseminarkan dan disetujui untuk menyusun skripsi

Pembimbing Utama

Drs. Ec. Pandji Soegiono, MM

Tanggal.....

Mengetahui
Ketua Program Studi
Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM
NIP. 19650907 1991031001

SKRIPSI

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
YAMAHA CAHAYA SAKTI

Yang diajukan

HIMAWAN RADIKTYA HUTAMA PUTRA
0912010002 / EM

disetujui untuk Ujian Lisan oleh

Pembimbing Utama

Drs. Ec. Pandji Soegiono, MM

Tanggal.....

Mengetahui
Wakil Dekan I

Drs. Ec. Rahman A. Suwaidi, MS
NIP. 19600330 198603 1001

SKRIPSI

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PT. CAHAYA SAKTI YAMAHA
DI SURABAYA

Disusun Oleh:

HIMAWAN RADIKTYA HUTAMA PUTRA
0912010002 / EM

Telah Dipertahankan Dihadapan Dan Diterima Oleh
Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 31 Juli 2013

Pembimbing Utama :

Tim Penguji :
Ketua

Drs. Ec. Pandji Soegiono, MM

Dra . Ec. Suhartuti, MM
Sekretaris

Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si
Anggota

Drs. Ec. Pandji Soegiono, MM

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"
Jawa Timur

DR. Dhani Ichsanuddin Nur, MM
NIP. 030 202 389

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul :
“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. CAHAYA SAKTI YAMAHADI SURABAYA”

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Progdi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan berhasil tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala ketulusan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanudin Nur, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Drs. Ec. Pandji Soegiono, MM, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan dan dorongan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Segenap staff Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan banyak pengetahuan selama masa perkuliahan.
6. Bapak dan Ibu, yang telah memberikan dukungan, doa dan semangat dan segalanya.

Penulis menyadari bahwa apa yang telah disajikan masih banyak kekurangan, untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Surabaya, Mei 2013

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
ABSTRAKSI	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Penelitian Terdahulu	6
2.2. Landasan Teori.....	9
2.2.1. Tinjauan Terhadap Pemasaran	9
2.2.2. Kualitas Layanan.....	11
2.2.3. Harga	14
2.2.4. Teori Keputusan Pembelian.....	16
2.2.5. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	19
2.2.6. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian	20
2.3. Kerangka Konseptual	22
2.4. Hipotesis	22

BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	23
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	26
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.4 Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	32
4.1.1. Sejarah singkat Perusahaan	32
4.1.2. Visi & Misi Perusahaan.....	33
4.1.3. Struktur Organisasi Perusahaan.....	34
4.2. Uraian Tugas dan Tanggung Jawab.....	36
4.2. Uraian Tugas dan Tanggung Jawab.....	41
4.2.1. Analisis Statistik Deskriptif.....	41
4.2.2. Deskripsi Hasil Penelitian	42
4.2.3. Uji Outlier	48
4.2.4. Uji Validitas	50
4.2.5. Uji Reliabilitas	54
4.2.6. Model Struktural.....	55
4.2.7. Uji Hipotesis	56
4.3 Pembahasan	57

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1. Kesimpulan	60
5.2. Saran	60

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Identitas Responden Menurut Umur	42
Tabel 4.3 Hasil Jawaban Responden untuk Pertanyaan Variabel Harga	42
Tabel 4.4. Hasil Jawaban Responden untuk Pertanyaan Variabel Realibilities	43
Tabel 4.5. Hasil Jawaban Responden untuk Pertanyaan Variabel Responsiveness	44
Tabel 4.6. Hasil Jawaban Responden untuk Pertanyaan Variabel Asurance	45
Tabel 4.7. Hasil Jawaban Responden untuk Pertanyaan Variabel Empaty.....	46
Tabel 4.8. Hasil Jawaban Responden untuk Pertanyaan Variabel Tangibles	47
Tabel 4.9. Hasil Jawaban Responden untuk Pertanyaan Variabel Keputusan Pembelian.....	48
Tabel 4.10. Hasil Uji Outlier Multivariate	49
Tabel 4.11. First Order (Model Pengukuran Indikator dengan Dimensi).....	50
Tabel 4.12. Second Order.....	51
Tabel 4.13. nilai outer weight.....	53
Tabel 4.14. Composite Reliability.....	54
Tsbel 4.15. R-square	55
Tabel 4.16. Uji Hipotesis	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Kerangka Konseptual.....	22
--------------------------------------	----

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. CAHAYA SAKTI YAMAHA DI SURABAYA

Oleh :
Himawan Radiktya Utama Putra
0912010002 / EM

ABSTRAK

Dengan semakin pesatnya penjualan yang ada di Indonesia, menyebabkan terjadinya persaingan yang semakin ketat. Sedangkan disisi lain jumlah permintaan konsumen masih terbatas. Terciptanya kualitas layanan tentunya akan menciptakan kepuasan terhadap pengguna jasa. Kualitas layanan ini pada akhirnya dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya terjalinnya hubungan yang harmonis antara penyedia barang dan jasa dengan pelanggan. Memberikan dasar yang baik bagi terciptanya kesetiaan pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan. Tetapi tiga tahun terakhir ini volume penjualan Sepeda Motor di PT. Cahaya Sakti Yamaha mengalami penurunan dalam volume penjualannya. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian diantaranya adalah memberikan layanan yang berkualitas dan harga. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian.

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan konsumen PT. Cahaya Sakti Yamaha pada bulan Januari – Maret 2013, dengan jumlah sampel 131 konsumen. Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis multivariate dengan PLS. Penaksiran pengaruh pada masing – masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya menggunakan koefisien jalur, hal ini dikarenakan pada penelitian ini memiliki beberapa indikator dari masing-masing variabel bebas dan terikat.

Berdasarkan hasil pengujian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : Harga tidak dapat memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian, hal ini membuktikan bahwa dealer – dealer Yamaha di Surabaya memiliki harga yang hampir sama, memiliki selisih yang tidak begitu berbeda. Kualitas layanan dapat memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian, hal ini membuktikan bahwa pelayanan yang baik akan dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang semakin melekat erat dan pelanggan tidak berpaling pada perusahaan lain.

Keywords : Harga, Kualitas Layanan dan Keputusan Pembelian

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sejalan dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih dalam era globalisasi saat ini perkembangan dunia usaha di Indonesia juga semakin meningkat. Dengan demikian perusahaan-perusahaan pada masa sekarang ini menghadapi persaingan yang sangat ketat. Berbagai cara dilakukan untuk menarik minat konsumen dalam membeli produk yang ditawarkan. Hanya perusahaan-perusahaan yang mampu mengimbangi pasarlah yang mampu bertahan dan terus eksis di dunia bisnis sekarang ini.

Dengan semakin pesatnya penjualan yang ada di Indonesia, menyebabkan terjadinya persaingan yang semakin ketat. Sedangkan disisi lain jumlah permintaan konsumen masih terbatas. Maka fungsi pemasaran menempati proporsi yang semakin menentukan bisnis perusahaan, tentu saja tanpa mengesampingkan fungsi-fungsi bisnis yang lainnya. Pergeseran variabel yang mempunyai persaingan dapat menimbulkan masalah, disaat belum ada persaingan maka perusahaan belum membutuhkan pemasaran, pada saat persaingan semakin keras, maka pemasaran menjadi fungsi yang semakin penting di perusahaan dan pada saat situasi persaingan sudah sangat keras tidak dapat diduga dan kacau, pemasaran menjadi konsep bisnis yang menjiwai setiap orang dalam perusahaan.

Terciptanya kualitas layanan tentunya akan menciptakan kepuasan terhadap pengguna jasa. Kualitas layanan ini pada akhirnya dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya terjalinnya hubungan yang harmonis antara penyedia barang dan jasa dengan pelanggan. Memberikan dasar yang baik bagi terciptanya kesetiaan pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

Sementara itu kompetisi harga tampaknya tidak dapat dihindari oleh para produsen. Umumnya mereka kini menginginkan harga yang lebih murah dengan tidak mengurangi kualitas produknya. Sehingga para produsen harus melakukan strategi pasar dengan mengutamakan kepuasan konsumen. Untuk tercapainya kepuasan maka harus mengetahui keinginan konsumen atas produk yang ditawarkan maka produsen harus meningkatkan kemampuan kualitas produknya serta atribut kualitas produknya.

Dalam penyusunan ini obyek yang digunakan adalah PT. CAHAYA SAKTI, industri yang bergerak dalam bidang dealer motor Yamaha, berada di Surabaya, berdasarkan pengamatan pendahuluan pada PT. CAHAYA SAKTI, diketahui bahwa data top brand indek dan volume penjualan produk Sepeda Motor Yamaha selama tahun 2010 – 2012 mengalami penurunan dan belum dapat mencapai target yang telah ditetapkan oleh pihak manajemen.

Tabel 1. Top Brand Index Produk Sepeda Motor Tahun 2010 - 2012

Merek	Brand Value 2010	Brand Value 2011	Brand Value 2012
Honda	32.1	32.9	19.6
Yamaha	11.8	13.6	12.6
Suzuki	2.3	4.2	1.8

Sumber : www.topbrandindek.com

Berdasarkan data Top Brand Index diatas, Yamaha menempati peringkat kedua dan dari tahun 2011 mengalami penurunan dari 13,6% menjadi 12,6%, hal ini juga diikuti dengan menurunnya penjualan Yamaha di PT. Cahaya Sakti Yamaha, sebagai berikut :

Tabel 1.1 Data Penjualan Pada PT. Cahaya Sakti Yamaha

Tahun	Target (Unit)	Penjualan (Unit)	Tidak Tercapai
2010	4.500	3.691	-17,97 %
2011	4.300	3.318	-22.83 %.
2012	4.000	3.540	-11.50%

Sumber : PT. CAHAYA SAKTI

Dari data diatas, diketahui bahwa pada tiga tahun terakhir ini volume penjualan Sepeda Motor di PT. Cahaya Sakti Yamaha mengalami penurunan dalam volume penjualannya. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian diantaranya adalah memberikan layanan yang berkualitas dan harga, hal ini sesuai dengan pendapat Tjiptono dalam Widagdo (2011:1) menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan (excellence) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk

memenuhi keinginan pelanggan sehingga melakukan pembelian. Jadi dalam penelitian ini kualitas layanan dan harga yang menjadi indikasi dalam penurunan volume penjualan PT. Cahaya Sakti Yamaha.

Tabel 1.2. Data Keluhan PT. Cahaya Sakti Yamaha

Jenis Komplain	Tahun		
	2010	2011	2012
Inden yang terlalu lama	9	11	18
Warna favorit yang tidak tersedia	3	3	5
Cara Pembayaran kurang fleksibel	3	5	7
Diskon yang kurang menarik	2	8	4
Jumlah	17	27	34

Sumber: PT. Cahaya Sakti Yamaha, 2013

Komplain pelanggan PT. Cahaya Sakti Yamaha kebanyakan mengeluhkan tentang waktu inden yang terlalu lama, pelanggan kecewa karena menunggu lamanya pengiriman sepeda motor. Jika komplain- komplain tersebut tidak segera direspon oleh pihak PT. Cahaya Sakti Yamaha, dikhawatirkan akan menyebabkan kemungkinan beralih ke merek lain. Kualitas layanan juga merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut penelitian yang dilakukan Nur Achmad (2007) kualitas layanan yang meliputi tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy berpengaruh positif karena mampu memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk menganalisis Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian.

1.2. Perumusan Masalah

Atas dasar latar belakang diatas, maka penelitian ini mempunyai perumusan masalah sebagai berikut :

- a. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian ?
- b. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian ?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.
- b. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian.

1.4. Manfaat Penelitian

- Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak manajemen perusahaan dalam menetapkan kebijaksanaan perusahaan untuk masa yang akan datang, sehingga target penjualan yang diharapkan dapat tercapai.

- Hasil penelitian bagi lembaga, dapat menambah perbendaharaan perpustakaan UPN “Veteran Jawa Timur” sebagai bahan kajian maupun bahan pembanding penelitian pada masa yang akan datang terhadap masalah serupa.
- Hasil penelitian ini bagi peneliti diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor Yamaha.

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PT. CAHAYA SAKTI YAMAHA
DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur



Oleh :

HIMAWAN RADIKTYA HUTAMA PUTRA
0912010002 / EM

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR
2013

USULAN PENELITIAN

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
YAMAHA CAHAYA SAKTI

Oleh :

HIMAWAN RADIKTYA HUTAMA PUTRA
0912010002 / EM

Telah diseminarkan dan disetujui untuk menyusun skripsi

Pembimbing Utama

Drs. Ec. Pandji Soegiono, MM

Tanggal.....

Mengetahui
Ketua Program Studi
Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM
NIP. 19650907 1991031001

SKRIPSI

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
YAMAHA CAHAYA SAKTI

Yang diajukan

HIMAWAN RADIKTYA HUTAMA PUTRA
0912010002 / EM

disetujui untuk Ujian Lisan oleh

Pembimbing Utama

Drs. Ec. Pandji Soegiono, MM

Tanggal.....

Mengetahui
Wakil Dekan I

Drs. Ec. Rahman A. Suwaidi, MS
NIP. 19600330 198603 1001

SKRIPSI

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PT. CAHAYA SAKTI YAMAHA
DI SURABAYA

Disusun Oleh:

HIMAWAN RADIKTYA HUTAMA PUTRA
0912010002 / EM

Telah Dipertahankan Dihadapan Dan Diterima Oleh
Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 31 Juli 2013

Pembimbing Utama :

Tim Penguji :
Ketua

Drs. Ec. Pandji Soegiono, MM

Dra . Ec. Suhartuti, MM
Sekretaris

Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si
Anggota

Drs. Ec. Pandji Soegiono, MM

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"
Jawa Timur

DR. Dhani Ichsanuddin Nur, MM
NIP. 030 202 389

