

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab sebelumnya maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dapat dilihat pada uji validitas bahwa seluruh pertanyaan kuesioner dalam ketiga variabel (strategi promosi, kualitas produk, dan keputusan pembelian) dinyatakan valid. R_{tabel} pada df 98 probabilitas 0,05 adalah 0,1966 dan nilai R hitung lebih besar dari jumlah r tabel.
2. Dari output didapatkan dari uji realibilitas bahwa nilai cronbach's alpha variabel strategi promosi, kualitas Produk dan keputusan pembelian sebesar $0.823 > 0.60$, berarti variabel yang diteliti adalah reliabel.
3. Dari hasil perhitungan yang dilakukan dalam SPSS versi 20, dapat dilihat pada gambar uji asumsi klasik Normalitas menunjukkan bahwa, grafik P-Plot terlihat titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonal sehingga bisa disimpulkan bahwa model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.
4. Dari grafik uji heteroskedastisitas dapat dilihat bahwa pola titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada data yang digunakan, artinya terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Sehingga data yang digunakan lolos uji asumsi klasik uji heteroskedastisitas dan data tersebut layak digunakan untuk model regresi.
5. Berdasarkan uji multikolineritas yang dilakukan dapat diketahui bahwa hasil dari uji multikolineritas yang menunjukkan bahwa nilai tolerance lebih besar dari 0,1. Hal ini dilihat dari data strategi promosi dan Kualitas produk mempunyai nilai yang sama yaitu sebesar 0,921

> 0,1. Sementara pada nilai VIF kurang dari 5. Hal ini dapat dilihat dari nilai VIF pada strategi promosi dan Kualitas produk juga mempunyai nilai yang sama yaitu $1,086 < 5$. Berdasarkan hasil ini disimpulkan dari ke- 2 variabel tidak terjadi multikolinieritas baik itu pada nilai Tolerance maupun VIF.

6. Berdasarkan hasil output dapat dilihat bahwa, nilai F_{hitung} sebesar 45,200 sedangkan F_{tabel} ($n-k-1/100-2-1=97$) sebesar 3.09 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($45,200 > 3,09$). Sedangkan tingkat signifikan sebesar $0,000^b$ karena tingkat signifikan $0,000 < taraf\ signifikan\ 0,05$, Maka $H_2=$ terdapat pengaruh secara simultan dari strategi promosi (X1), kualitas produk (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) sepeda motor Honda Beat *Matic* pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

7. Uji hipotesis

➤ Strategi promosi terhadap keputusan pembelian

Variabel strategi Promosi memiliki nilai P-value sebesar 0,024 < 0,05 artinya variabel strategi promosi signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian. H_0 ditolak dan H_a diterima, dimana H_a Variabel strategi promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

➤ Kualitas produk terhadap pembelian

Variabel Kualitas Produk memiliki nilai P-value sebesar $0,000 < 0,05$ artinya variabel Kualitas Produk signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian. H_0 ditolak dan H_a diterima, dimana H_a Variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian

8. Uji R^2 menunjukkan bahwa analisa yang dilakukan menghasilkan koefisien Determinan (R^2) sebesar 0,482 atau 48,2%. Ini berarti variabel-variabel strategi promosi dan Kualitas Produk secara bersama-sama memberikan pengaruh terhadap Keputusan Pembelian sebesar 48,2%. Sedangkan sisanya 51,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.



5.2 Saran

1. Dari hasil penelitian, penulis menyarankan kepada perusahaan AHM:
 - a) Iklan unik yang ditampilkan untuk produk sepeda motor Honda Beat Matic saat ini sudah bisa menarik perhatian konsumen dan sekaligus dapat mempengaruhi konsumen sebesar 31% untuk membeli produk tersebut. Perusahaan AHM harus tetap mempertahankan kualitas pembuatan iklan produk ini dengan tetap memperhatikan atribut-atribut yang akan digunakan untuk iklan. Karena bukan tidak mungkin konsumen akan merasa bosan dengan jenis iklan yang telah ada. Oleh karena itu dibutuhkan tim kreatif yang handal untuk membuat iklan-iklan baru yang bisa menarik perhatian konsumen.
 - b) Dalam proses pembuatan iklan AHM mempertimbangkan lagi Model iklan yang membintanginya, Karena tidak terlalu mempengaruhi konsumen dalam membeli, hal ini ditemukan dalam jawaban responden. 56 orang dari 100 responden menyatakan cukup setuju bahwa bintang iklan yang dipilih dapat menarik saya untuk membeli sepeda motor Honda Beat.
 - c) Perusahaan AHM terus meningkatkan kualitas produk yang di produksi, karena dalam penelitian ini ditemukan, 53 orang dari 100 responden menyatakan setuju Daya Tahan sepeda motor Honda Beat memiliki daya tahan berkualitas dalam membeli produk sepeda motor Honda Beat *Matic*. Perusahaan AHM harus tetap mempertahankan Kualitas produk yang sudah melekat di benak konsumen.

2. Penulis menyarankan pada peneliti selanjutnya agar :
 - a) Menambah jumlah sampel atau responden yang diteliti dengan rentang waktu yang panjang sehingga dapat mencakup lebih banyak pendapat tentang hal yang mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor khususnya HondaBeat *Matic*.
 - b) Peneliti selanjutnya dapat menggunakan teknik analisa yang beragam, sehingga hasil penelitian dapat dilihat dari berbagai sudut pandang dan berbagai kalangan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

- a) Penelitian ini hanya melihat pengaruh Strategi Promosi berdasarkan efektifitas media iklan saja. Maka untuk penelitian selanjutnya bisa melihat pengaruh strategi promosi yang pembahsannya lebih luas lagi.
- b) Jumlah sampel yang diteliti hanya 100 responden, maka disarankan untuk penelitian yang akan datang untuk menggunakan sampel yang lebih banyak, agar hasil yang didapatkan lebih akurat.
- c) Penelitian yang di lakukan hanya di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram saja, jadi untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti masyarakat secara umum, agar hasil yang didapat lebih baik lagi.
- d) Adanya keterbatasan waktu dan ruang lingkup penelitian. Diharapkan pada penelitian selanjutnya peneliti dapat lebih fokus sehingga tidak memiliki keterbatasan waktu dalam pengambilan data kuisisioner.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah (2010). *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business Cara Jitu Merontokan Pesaing*. Cetakan Pertama Jakarta: Trans Media Pustaka
- Achmad, Zein (2009). *Aplikasi Pemasaran dan Salesmanship*. Penerbit: Mitra Wacana Media, Jakarta
- Assauri, Sojan (2010). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, Jakarta, Cetakan Pertama, Rajawali Pers
- Fisipol.Ummat.ac.id*. Profil Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram. Di unduh pada tanggal 13 januari 2020
- Hariadi. Doni (2013), *Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Projector Microvision di Surabaya*. Jurnal Manajemen
- Susanto. Nanang (2009). *Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Laptop Merek HP di Kota Semarang*. Jurnal Manajemen
- <https://Rexabook.wordpress.com>. Data Asosiasi Industri Sepeda Motor Honda (AISI) bulan september 2013 di unduh pada tanggal 30 september 2019
- <https://www.aisi.or.id>. Di unduh pada tanggal 18 Desember 2019
- Sarjono (2013). *Strategi Pemasaran*. Bandung. Pusat Bahasa Depdiknas
- Sugiyono (2003). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Pusat Bahasa Depdiknas
- <http://core.ac.uk/download/pdf/12348858.pdf>. Diunduh 20 September 2018

- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro
- Suti. Intan (2010). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Esia (Studi Kasus Mahasiswa UIN Jakarta)*. Jurnal Manajemen
- Izzati. Annisa (2014). *Analisis Perilaku Strategi Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Merek Honda*. Jurnal Manajemen
- Kotler, Philip (2009). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*. Jakarta. Terjemahan Ellen Gunawan. Edisi Kelima. Jilid I. Erlangga
- Lamb Jr, Charles W, Joseph Hair Jr, Carl Daniel. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta: PT. Salemba Empat
- Supranto. (2011). *Alternatif Keputusan Pembelian*. Edisi kedua. Bandung: PT. Mega Citra
- Sunarto (2006). *Strategi Kepuasan konsumen*. Jakarta: PT. Salemba Empat
- Soekanto. Tjiptono (2008) *Strategi pemasaran Analisis SWOT*. Yogyakarta. Buku Pintar
- Peter dan Olson (2005) *Manajemen Riset Pemasaran*. Surabaya. Greisinda Press Surabaya
- Rahman (2010). *Analisis Strategi pemasaran kaos bola barcelona terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada toko Idola Sport sleman)*. Jurnal skripsi



LAMPIRAN

REGRESSION

/MISSING LISTWISE

/STATISTICS COEFF OUTS BCOV R ANOVA COLLIN TOL

/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)

/NOORIGIN

/DEPENDENT Y

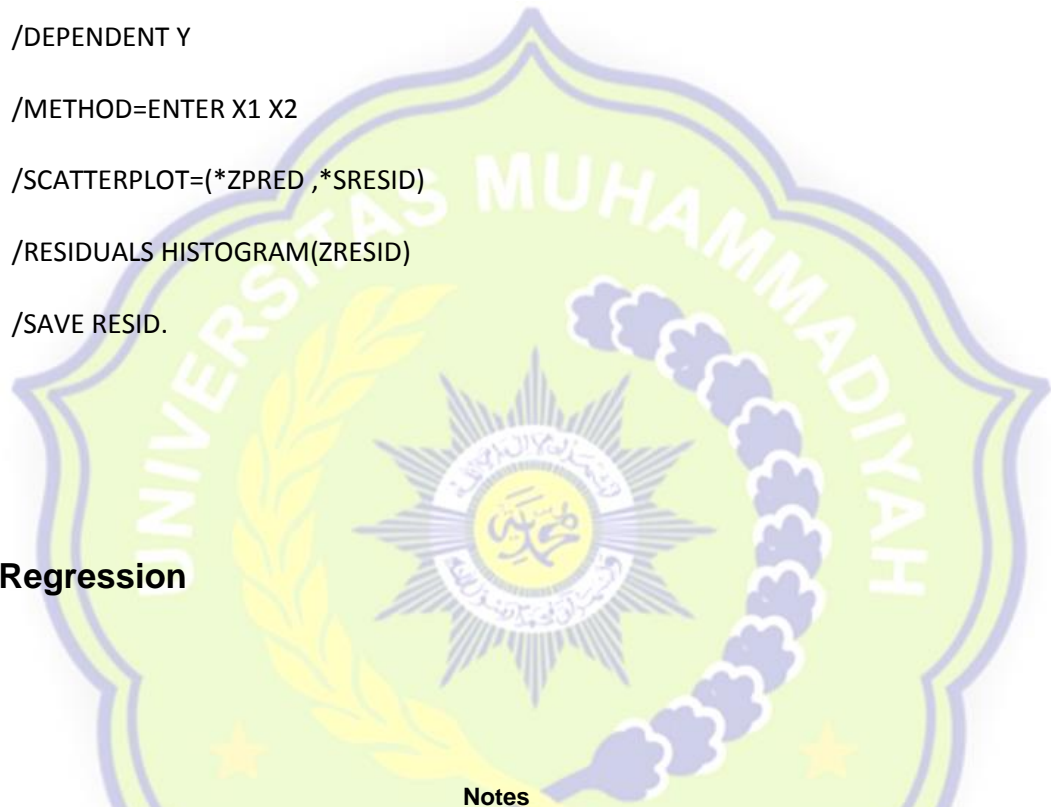
/METHOD=ENTER X1 X2

/SCATTERPLOT=(*ZPRED ,*SRESID)

/RESIDUALS HISTOGRAM(ZRESID)

/SAVE RESID.

Regression



Notes

Output Created		17-JAN-2020 10:25:34
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.

Syntax	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
		<pre> REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS BCOV R ANOVA COLLIN TOL /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT Y /METHOD=ENTER X1 X2 /SCATTERPLOT=(*ZPRED ,*SRESID) /RESIDUALS HISTOGRAM(ZRESID) /SAVE RESID. </pre>
Resources	Processor Time	00:00:00.67
	Elapsed Time	00:00:01.14
Variables Modified	Memory Required	2944 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	336 bytes
	Created or Modified	RES_1 Unstandardized Residual

[DataSet0]

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
-------	-------------------	-------------------	--------

1	KUALITAS PRODUK, STRATEGI PROMOSI ^b	.	Enter
---	--	---	-------

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.695 ^a	.482	.472	2.062

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, STRATEGI PROMOSI

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	384.345	2	192.172	45.200	.000 ^b
	Residual	412.405	97	4.252		
	Total	796.750	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, STRATEGI PROMOSI

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.959	2.940		1.346	.181

STRATEGI PROMOSI	.203	.088	.175	2.294	.024
KUALITAS PRODUK	.488	.059	.625	8.211	.000

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	STRATEGI PROMOSI	.921	1.086
	KUALITAS PRODUK	.921	1.086

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Coefficient Correlations^a

Model		KUALITAS PRODUK	STRATEGI PROMOSI
1	Correlations	KUALITAS PRODUK	1.000
		STRATEGI PROMOSI	-.281
	Covariances	KUALITAS PRODUK	.004
		STRATEGI PROMOSI	-.001

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	STRATEGI PROMOSI	KUALITAS PRODUK
1	1	2.987	1.000	.00	.00	.00
	2	.010	17.353	.08	.08	1.00
	3	.003	33.319	.92	.92	.00

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

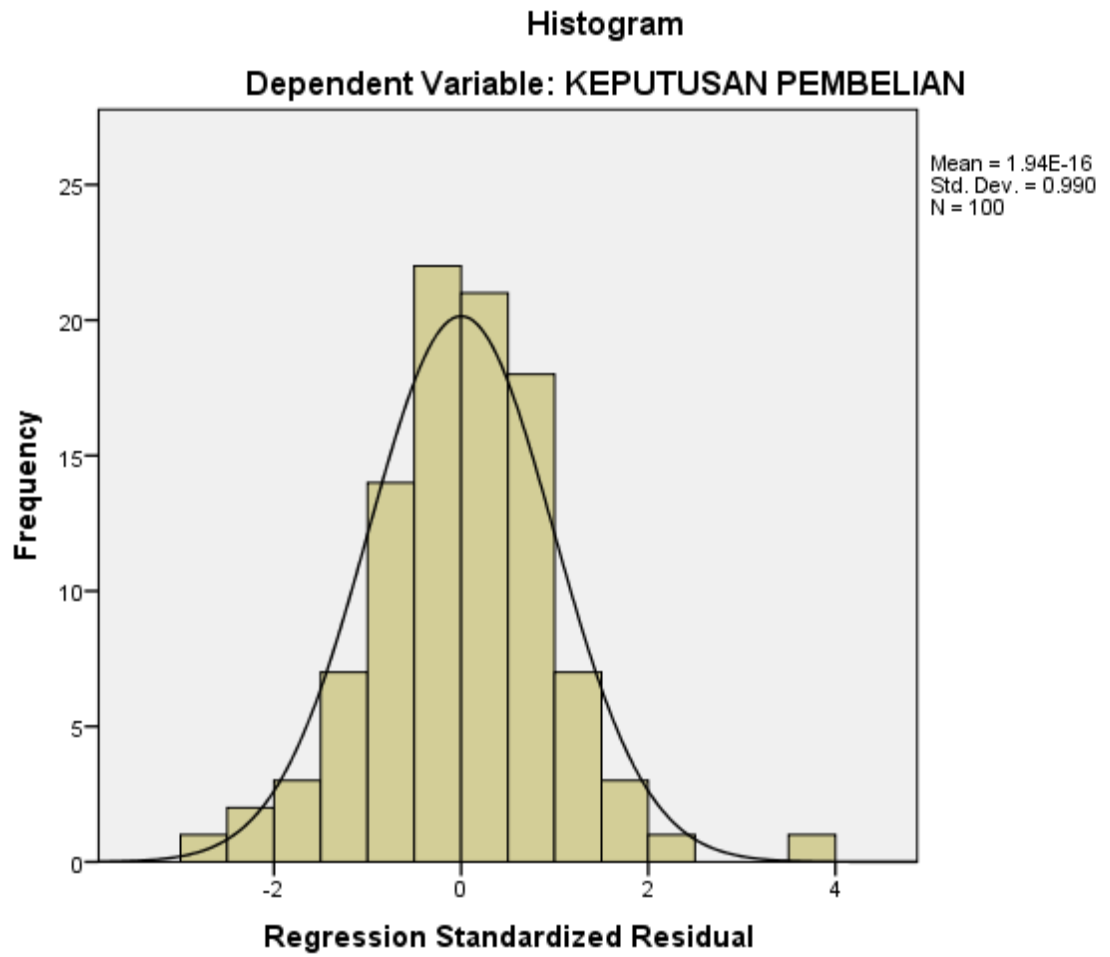
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	20.09	27.77	24.45	1.970	100
Std. Predicted Value	-2.215	1.683	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.207	.599	.346	.089	100
Adjusted Predicted Value	20.16	27.75	24.44	1.976	100
Residual	-5.693	7.413	.000	2.041	100
Std. Residual	-2.761	3.595	.000	.990	100
Stud. Residual	-2.785	3.685	.002	1.005	100
Deleted Residual	-5.792	7.787	.008	2.106	100
Stud. Deleted Residual	-2.888	3.953	.003	1.026	100
Mahal. Distance	.005	7.357	1.980	1.543	100
Cook's Distance	.000	.228	.011	.027	100
Centered Leverage Value	.000	.074	.020	.016	100

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

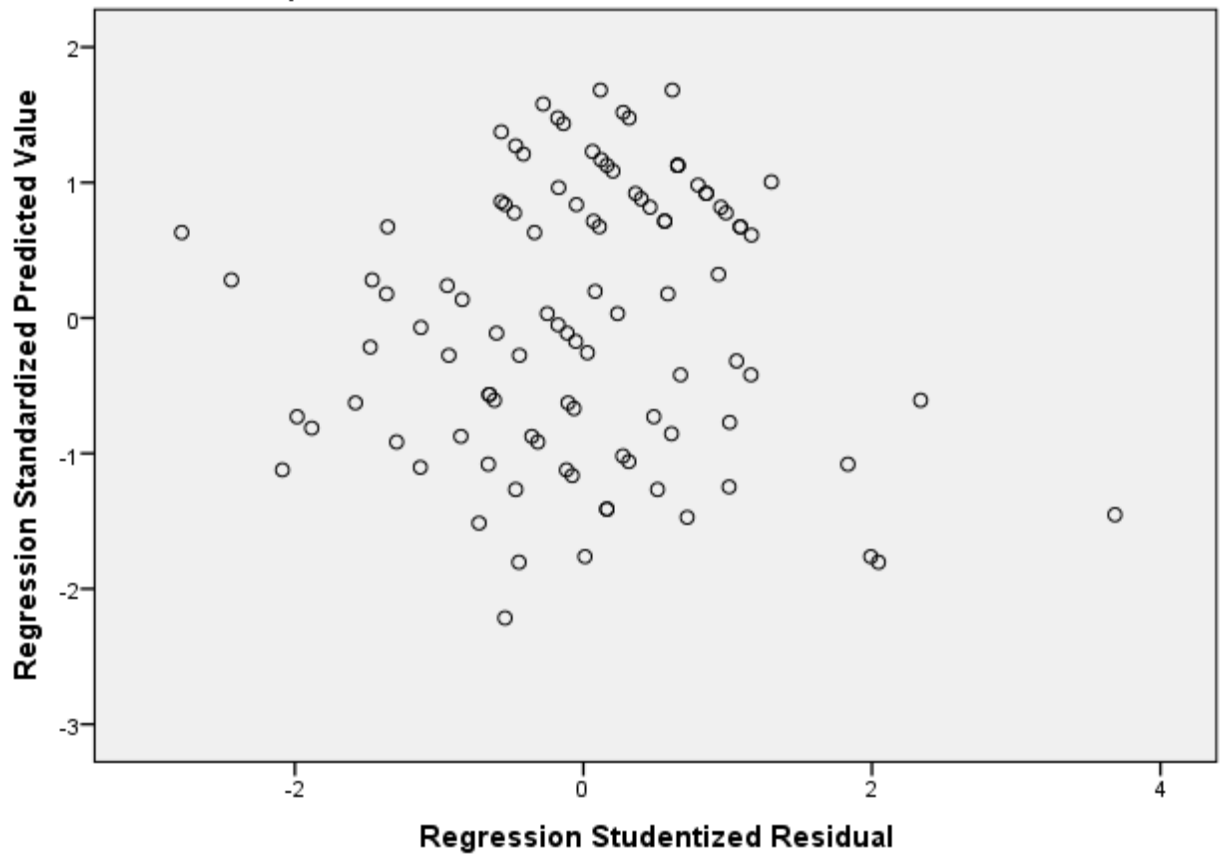


Charts



Scatterplot

Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN



UI NORMALITAS

REGRESSION

/MISSING LISTWISE

/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA

/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)

/NOORIGIN

/DEPENDENT Y

/METHOD=ENTER X1 X2

/SAVE RESID.

Regression

Notes

Output Created	17-JAN-2020 10:07:49
Comments	
Input	Active Dataset DataSet0
	Filter <none>
	Weight <none>
	Split File <none>
	N of Rows in Working Data 100
	File
	Definition of Missing
Missing Value Handling	User-defined missing values are treated as missing.
	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
	Cases Used

Syntax	<pre> REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT Y /METHOD=ENTER X1 X2 /SAVE RESID. </pre>	
Resources	Processor Time Elapsed Time Memory Required Additional Memory Required for Residual Plots	00:00:00.05 00:00:00.13 2944 bytes 0 bytes
Variables Modified	Created or	RES_1 Unstandardized Residual

[DataSet0]

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KUALITAS PRODUK, STRATEGI PROMOSI ^b		Enter

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.695 ^a	.482	.472	2.062

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, STRATEGI PROMOSI

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	384.345	2	192.172	45.200	.000 ^b
	Residual	412.405	97	4.252		
	Total	796.750	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, STRATEGI PROMOSI

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.959	2.940		1.346	.181
	STRATEGI PROMOSI	.203	.088	.175	2.294	.024
	KUALITAS PRODUK	.488	.059	.625	8.211	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	20.09	27.77	24.45	1.970	100
Residual	-5.693	7.413	.000	2.041	100
Std. Predicted Value	-2.215	1.683	.000	1.000	100
Std. Residual	-2.761	3.595	.000	.990	100

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

NPAR TESTS

/K-S(NORMAL)=RES_1

/MISSING ANALYSIS.

NPar Tests

Notes

Output Created		17-JAN-2020 10:08:10
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.

	Cases Used	Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test.
Syntax		NPAR TESTS /K-S(NORMAL)=RES_1 /MISSING ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.05
	Number of Cases Allowed ^a	196608

a. Based on availability of workspace memory.

[DataSet0]

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.04100685
	Absolute	.076
Most Extreme Differences	Positive	.062
	Negative	-.076
Kolmogorov-Smirnov Z		.764
Asymp. Sig. (2-tailed)		.604

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

TABULASI DATA

NO RESPONDEN	STRATEGI PROMOSI X1					TOTAL	KUALITAS PRODUK X2							TOTAL	KEPUTUSAN PEMBELIAN Y					s					
	1a	1b	2a	2b	3		4a	4b	5a	5b	1	2	3		4	5	6	7	1		2	3	4a	4b	5
1	5	4	4	4	5	3	3	3	2	33	3	3	2	3	3	3	4	21	4	4	3	2	4	3	20
2	5	4	4	4	5	3	2	2	2	31	4	4	4	3	3	3	3	24	4	4	4	3	3	3	21
3	5	4	4	4	5	3	4	4	3	36	5	5	4	4	5	3	2	28	4	4	4	5	2	4	23
4	3	4	4	4	5	3	4	4	3	34	4	5	3	3	3	2	2	22	5	5	5	5	4	5	29
5	3	4	4	4	5	3	3	4	3	33	5	5	3	4	3	3	3	26	5	5	4	2	2	4	22
6	3	4	4	4	5	3	4	4	4	35	5	5	4	4	2	2	3	25	5	5	4	5	4	5	28
7	3	4	4	4	5	3	3	4	3	33	4	4	3	2	2	3	3	21	5	5	4	4	3	4	25
8	2	5	2	4	4	5	1	4	4	31	5	3	3	4	3	2	3	23	4	2	5	3	2	4	20
9	3	4	4	4	5	3	4	4	4	35	5	5	3	4	3	3	4	27	4	5	4	4	3	4	24
10	4	4	4	3	4	4	2	3	1	29	4	5	3	4	3	4	1	24	5	4	4	3	3	4	23
11	4	2	5	3	5	4	3	3	2	31	5	4	3	3	4	3	3	25	4	4	4	3	3	5	23
12	4	2	5	3	5	4	1	2	3	29	5	5	3	4	4	4	2	27	5	3	4	1	2	4	19
13	4	1	4	4	4	4	3	2	2	28	5	4	3	3	4	4	3	26	5	3	4	2	3	4	21
14	3	4	4	4	4	4	3	2	3	31	5	5	4	4	4	3	3	28	5	4	4	2	3	5	23
15	3	4	4	4	4	4	1	3	2	29	5	5	3	4	3	4	3	27	5	5	4	3	3	4	24
16	5	4	4	4	5	3	4	4	3	36	4	4	3	3	2	3	3	22	5	5	4	3	3	4	24
17	5	4	4	4	5	3	3	3	4	35	3	4	3	3	4	3	4	24	5	5	4	3	3	4	24
18	3	4	4	4	4	4	3	3	3	32	5	5	5	3	3	3	3	27	5	5	5	3	3	4	25
19	4	4	4	4	4	4	5	5	4	38	5	5	4	4	3	3	3	27	5	5	5	3	3	4	25
20	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37	5	5	4	4	4	4	4	30	5	5	5	4	3	4	26
21	3	4	4	4	4	4	3	3	4	37	5	5	5	3	4	4	4	30	4	4	4	5	4	4	25
22	4	3	5	2	5	3	3	3	3	31	5	5	3	3	2	2	2	22	5	4	5	4	3	4	25
23	5	4	4	4	5	3	5	4	4	38	4	5	4	4	3	3	3	26	5	5	4	4	2	4	24
24	5	4	4	4	5	3	3	3	4	35	5	4	4	2	3	3	4	25	4	5	4	2	3	4	22
25	4	3	5	3	5	3	4	3	3	33	5	5	4	4	3	3	3	28	5	4	4	2	3	4	22
26	3	4	4	4	5	3	4	5	4	36	5	5	4	4	3	3	2	26	5	5	4	4	2	4	24
27	5	4	4	4	5	3	4	3	3	35	5	5	4	5	2	3	4	28	4	4	4	4	3	4	23
28	3	4	4	4	5	3	3	3	3	32	5	4	3	3	2	3	3	23	4	5	3	4	2	4	22
29	3	4	4	4	5	3	4	4	4	35	5	5	4	3	3	4	3	27	5	4	5	2	3	4	23
30	3	4	4	4	5	3	3	3	3	32	4	4	4	3	3	4	3	25	4	4	4	2	2	4	20
31	3	4	4	4	5	3	4	4	4	35	5	5	5	4	4	4	3	30	4	3	3	4	2	4	20
32	1	5	2	4	4	3	4	4	3	30	5	5	4	3	3	3	2	25	4	4	3	3	3	1	18
33	4	3	5	2	5	3	4	4	4	34	5	5	4	4	3	3	5	29	5	5	5	3	1	3	22
34	4	4	4	4	5	3	4	4	3	35	4	5	3	4	2	2	3	23	5	4	4	1	2	4	20
35	3	4	4	3	5	3	4	4	3	33	5	5	4	4	3	2	2	25	5	4	4	2	1	3	19
36	4	3	5	3	5	3	3	4	2	32	5	5	3	4	3	3	2	25	5	4	4	3	2	4	22
37	4	3	4	3	5	3	4	4	3	33	5	5	4	3	3	2	4	26	5	5	5	1	2	4	22
38	4	1	4	4	5	3	3	3	3	30	5	5	4	4	3	3	2	26	5	4	4	3	2	4	22
39	4	1	4	4	5	3	4	4	3	32	5	5	3	3	2	3	2	23	5	5	5	1	2	4	22
40	4	2	4	4	5	3	3	4	3	32	5	5	4	3	3	3	4	27	4	5	5	4	4	4	26
41	1	5	2	4	4	3	4	4	3	30	5	5	4	4	3	3	3	27	4	5	4	2	2	3	20
42	1	5	2	4	4	3	3	3	3	28	5	5	3	4	4	3	2	26	4	4	5	4	5	4	26
43	4	4	1	4	4	3	4	4	3	31	4	4	3	4	3	3	3	24	5	5	5	4	1	3	23
44	4	4	3	4	4	4	3	3	3	33	5	5	4	4	4	5	4	31	3	4	3	5	4	4	23
45	4	4	3	5	3	3	3	3	2	31	5	5	3	3	3	3	4	26	5	5	4	4	3	4	25
46	4	4	3	4	3	4	3	2	2	29	5	5	4	5	5	5	5	34	5	4	5	5	5	5	29
47	3	4	3	4	2	4	3	4	5	32	5	5	4	4	4	5	5	32	5	4	5	5	5	4	28
48	4	3	5	3	2	4	4	4	5	34	5	4	5	5	5	5	4	33	5	4	4	3	5	5	26
49	4	3	5	3	2	4	3	3	4	31	5	4	5	4	5	5	4	32	5	4	4	5	3	5	26
50	4	2	3	4	2	4	4	4	5	32	5	5	4	4	5	4	5	32	4	5	3	5	5	5	27
51	3	4	3	4	2	4	3	3	4	30	5	4	5	5	5	5	3	32	5	4	4	5	5	5	28
52	3	4	3	4	2	4	3	3	5	31	5	4	5	5	4	5	5	33	5	3	4	5	4	5	26
53	2	5	2	4	4	4	3	3	4	31	5	5	4	5	5	5	5	34	5	4	3	5	5	4	26
54	4	2	5	3	4	4	3	3	5	33	5	5	4	3	5	4	5	31	5	4	3	4	5	5	26
55	4	1	3	4	5	3	4	4	4	32	4	5	4	3	5	5	4	30	5	4	5	4	4	5	27

56	4	3	5	3	4	3	4	3	4	3	4	33	4	5	4	1	2	4	4	24	4	4	4	4	3	4	23
57	4	3	5	3	5	3	4	4	4	4	4	35	5	5	5	4	4	3	5	31	5	5	4	5	3	5	27
58	4	2	5	3	4	4	4	4	4	4	5	35	5	4	4	5	5	5	4	32	5	4	4	5	5	5	28
59	4	3	5	3	4	4	3	3	4	4	3	33	5	4	5	4	5	5	4	32	5	4	4	5	5	5	28
60	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	35	5	5	4	4	5	5	4	32	5	4	4	5	5	5	28
61	4	2	5	3	4	4	3	3	5	4	3	33	5	5	4	3	5	5	4	31	5	4	4	5	5	5	28
62	4	4	3	4	3	5	3	3	3	3	3	32	4	4	4	3	3	3	3	24	4	4	4	3	3	4	22
63	4	3	4	3	5	4	3	3	3	3	3	32	5	5	4	4	2	3	3	26	4	4	4	4	3	4	23
64	5	4	3	4	2	4	3	3	5	4	3	33	5	5	4	3	5	5	4	31	5	4	4	5	5	5	28
65	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	37	5	4	5	5	5	4	5	33	5	3	5	4	5	5	27
66	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	38	5	4	5	5	5	5	4	33	5	4	5	5	5	5	29
67	4	3	4	5	4	4	4	5	5	5	5	38	5	4	5	4	5	5	5	33	4	5	4	5	5	5	28
68	4	2	5	3	5	4	4	5	5	5	5	37	5	4	5	3	4	5	5	31	5	3	4	5	5	5	27
69	4	3	5	3	5	4	5	5	4	5	4	38	5	5	4	4	5	5	4	32	5	4	4	4	5	5	27
70	4	3	5	3	5	4	3	5	4	4	4	36	5	4	4	5	5	4	4	31	4	5	4	5	5	5	28
71	4	1	4	4	5	4	5	4	4	4	4	35	5	4	4	4	5	4	4	30	5	4	4	4	3	5	25
72	4	3	5	3	5	4	5	4	3	4	3	36	5	5	4	4	5	5	4	32	5	4	4	4	5	5	27
73	3	4	4	4	4	4	2	3	2	3	2	30	5	5	3	3	3	3	4	26	5	4	4	3	2	3	21
74	3	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	31	5	4	5	3	4	4	3	28	5	5	4	4	3	1	22
75	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	34	5	5	5	4	4	3	3	29	4	4	3	3	2	4	20
76	5	4	3	4	3	5	4	2	3	2	3	33	4	5	4	4	4	3	3	27	5	5	5	3	3	5	26
77	4	3	4	4	4	5	2	3	3	2	3	30	5	5	4	4	3	3	3	27	4	4	5	3	3	4	23
78	4	4	4	4	5	2	4	4	3	4	3	34	5	4	5	3	3	4	4	28	5	5	4	2	4	5	25
79	4	2	5	3	5	4	3	3	3	3	3	32	4	4	4	5	3	4	4	28	4	4	5	3	4	4	24
80	4	2	5	3	5	4	3	3	4	3	4	33	5	5	4	5	4	3	3	29	4	5	4	5	4	4	26
81	3	4	3	4	2	4	3	3	5	3	5	31	5	4	5	4	4	5	5	32	5	4	3	5	5	5	27
82	4	4	2	4	4	4	3	3	5	3	5	33	5	5	5	4	4	5	4	32	5	4	4	5	5	4	27
83	4	4	4	4	5	2	3	3	5	4	5	34	5	5	4	5	5	5	5	34	5	4	4	5	5	5	28
84	4	4	4	5	4	4	3	3	5	3	5	36	5	4	5	5	5	5	4	33	5	4	4	5	5	4	27
85	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	35	5	5	4	5	5	5	4	33	5	4	3	4	5	5	26
86	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	35	5	4	5	5	5	4	4	32	5	4	4	5	5	5	28
87	4	3	3	4	2	4	3	3	4	4	4	30	5	5	4	5	5	5	4	33	5	3	3	5	5	4	25
88	2	5	3	4	2	4	3	3	5	3	5	31	5	4	5	4	5	5	4	32	5	4	4	5	5	4	27
89	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	34	4	4	4	5	3	3	4	27	4	4	4	2	3	4	21
90	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	34	5	5	4	4	2	4	4	28	5	5	5	3	2	4	24
91	4	3	5	3	5	2	3	4	4	4	4	33	5	5	4	5	4	3	3	29	4	4	3	4	3	4	22
92	4	3	5	3	5	1	3	3	4	4	4	31	2	3	4	3	3	3	4	22	4	4	3	3	3	4	21
93	4	4	4	5	4	4	3	3	5	3	5	36	5	4	5	5	4	5	5	33	5	4	4	5	5	5	28
94	2	5	3	4	3	4	3	3	3	3	3	30	3	3	4	4	3	4	4	25	4	4	5	4	2	3	22
95	4	2	3	4	4	5	3	2	2	2	2	29	3	4	3	2	3	3	3	21	3	4	3	3	3	3	19
96	4	3	5	3	5	4	3	3	4	4	4	34	4	4	5	5	4	5	4	31	4	4	3	5	4	5	25
97	4	3	5	3	5	2	5	3	5	3	5	35	5	5	4	4	5	5	4	32	5	4	4	4	5	5	27
98	4	4	4	4	5	2	3	3	4	3	4	33	5	5	4	4	5	5	4	32	5	4	4	5	5	5	28
99	2	5	3	4	3	4	4	4	5	4	5	34	5	4	4	4	5	5	4	31	5	4	4	5	5	5	28
100	4	4	4	4	5	2	3	3	4	4	4	33	5	5	4	5	5	5	4	33	5	4	4	5	5	4	27



LAMPIRAN I

KUESIONER PENELITIAN

Dengan Hormat,

Terima kasih atas kesediaan Saudara/Saudari untuk berpartisipasi untuk mengisi dan menjawab seluruh pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini. Penelitian ini digunakan untuk menyusun skripsi yang berjudul "**PENGARUH STRATEGI PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA BEAT *MATIC* FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM**". Kuesioner ini ditujukan untuk mahasiswa-mahasiswi yang telah membeli dan menggunakan sepeda motor Honda Beat *Matic* di Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Untuk itu diharapkan para responden dapat memberikan jawaban yang sebenar-benarnya demi membantu penelitian ini. Atas kesediaannya saya ucapkan terima kasih, semoga penelitian ini bermanfaat bagi kita semua.

Hormat Saya,

Arum Windayani

NIM. 216120146

I. Identitas Responden

Nama *Humairoh Aulia*

Jenis Kelamin :

a. Laki – laki

Perempuan

Usia *19*. Tahun

Semester: *1.*

II. PETUNJUK PENGISIAN

Anda diminta untuk memilih salah satu dari beberapa alternatif jawaban yang tersedia dengan cara memberikan tanda silang (X). Dalam skala ini tidak ada penilaian benar atau salah, jawaban yang paling baik adalah yang sesuai dengan diri anda.

Adapun jawaban yang tersedia yaitu :

SS : Sangat Setuju dengan pernyataan

S : Setuju dengan pernyataan

CS : Cukup setuju dengan pernyataan

TS : Tidak Setuju dengan pernyataan

STS : Sangat Tidak Setuju dengan pernyataan

Contoh Pengisian

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Sepeda Motor Honda Beat adalah Kendaraan favorit saya	X				

SELAMAT MENGERJAKAN

III. DAFTAR PERTANYAAN

Variabel Strategi Promosi XI

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1a	Perhatian Kebutuhan terhadap Iklan sepeda motor Honda Beat itu sangat penting		X			
1b	Anda termotivasi terhadap iklan yang di tayangkan sepeda motor Honda Beat			X		
2a	Pemahaman Slogan sepeda motor Honda Beat "Every One Got the Beat" sangat menarik dan mudah diingat	X				
2b	Slogan memberi pengetahuan dan mengajak anda untuk membeli produk sepeda motor			X		

	Honda Beat					
3	Respon Kognitif Tampilan iklan sepeda motor Honda Beat memberikan kesan yang sangat menarik		X			
4a	Respon Afektif sepeda motor Honda Beat menarik karena anda memiliki preferensi dari bintang iklan		X			
4b	Bintang iklan yang dipilih dapat menarik saya untuk membeli sepeda motor Honda Beat			X		
5a	Sikap terhadap Iklan Konsep perpaduan warna yang digunakan pada iklan sepeda motor Honda Beat sudah mewakili karakter dari produk			X		
5b	Musik yang enerjik dan menarik mendukung iklan sepeda motor Honda Beat		X			

Variabel Kualitas Produk X2

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Bentuk dan Keistimewaan sepeda motor Honda Beat memiliki body ramping dan ringan saat dikendarai	X				
2	Mutu keputusan dan Kesesuaian sepeda motor Honda Beat Hemat bahan bakar yang sesuai kebutuhan mahasiswa		X			
3	Daya Tahan sepeda motor Honda Beat memiliki daya tahan berkualitas	X				
4	Mudah di perbaiki sepeda motor Honda Beat memiliki tempat service yang mudah ditemukan		X			
5	Keandalan sepeda motor Honda Beat penggunaan					

	sepeda motor yang berfikir dinamis dan trendy	X				
6	Gaya sepeda motor Honda Beat sesuai dengan kepribadian saya	X				
7	Rancangan sepeda motor Honda Beat tata rancang mencerminkan generasi muda		X			

Variabel Keputusan Pembelian Y

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Kebutuhan akan pengenalan Benarkah kebutuhan lebih mendominasi dari pada keinginan untuk memiliki Sepeda motor Honda Beat	X				
2	Pencarian Informasi Anda mendapat Informasi produk Sepeda motor Honda Beat karena Promosi langsung tatap muka dengan pemasar		X			
3	Evaluasi Alternatif Peningkatan intensitas aktivitas dalam bekerja mendorong seseorang membutuhkan alat transportasi terutama sepeda motor		X			
4a	Anda akan membeli produk Sepeda motor Honda Beat karena akan membuat anda lebih dihargai	X				
4b	Anda akan membeli produk Sepeda motor Honda Beat karena sesuai dengan umur anda	X				
5	Perilaku pasca pembelian Anda puas setelah melakukan membeli produk Sepeda motor Honda Beat	X				

Terima kasih



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI

Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 1 Tlp. 639180-0633723 Mataram

LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama : ARUM WINDAYANI

NIM : 216120146

Konsentrasi : ENTEPRENEUR

Dosen Pembimbing II: DEDY ISWANTO, ST, MM

Judul Skripsi : *"Pengaruh Strategi Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Metic Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram"*

No	Hari dan Tanggal		Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
	Masuk	Keluar		
1	20/10/20	-	Gambar - Gambar untuk gambar pengantar.	
2		-	Ilustrasi - pedoman.	
3		-	Infografi - materi.	

Mataram, Januari 2020

Mengetahui,

Program Studi Administrasi Bisnis
Ketua

Lalu Hendra Maniza, S.Sos, MM
NIDN.0828108404

Dosen Pembimbing II

Dedy Iswanto, ST, MM
NIDN :0818087901



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI

Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 1 Tlp.639180-0633723 Mataram

LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama : ARUM WINDAYANI

NIM : 216120146

Konsentrasi : ENTEPRENEUR

Dosen Pembimbing I: Drs. Junaidi, AM. MP

Judul Skripsi : *"Pengaruh Strategi Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Metic Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram"*

No	Hari dan Tanggal		Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
	Masuk	Keluar		
1	23/1-20		tes niki foto tabel dan cara mengeditnya	
2			nya supaya boning bli ptk.	
3			nce nyis	


Mataram, Januari 2020


Mengetahui,

Program Studi Administrasi Bisnis

Dosen Pembimbing I

Ketua


Lalu Hendra Maniza, S.Sos. MM
NIDN.0828108404


Drs. Junaidi, AM. MP
NIDN :08191225701



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI

Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Nomor : 163/II.3.AU/F/I/2020 Mataram, 06 Jumadil Akhir 1441 H
Lamp. : Proposal Skripsi 31 Januari 2020 M
Hal : **Mohon Sebagai Penguji Skripsi**

Kepada
Yth. : 1. Bapak/Ibu : Drs. Junaidi, AM.MP (PU)
2. Bapak/Ibu : Dedy Iswanto, ST., MM. (PP)
3. Bapak/Ibu : Drs. Amil,MM (PN)

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Bersama ini kami sampaikan 1 (satu) exp. Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram, mohon dapat diuji :

Hari / Tanggal : Senin 03 Februari 2020
Pukul : 14.00 Wita – sampai selesai
Tempat : Ruang Ujian Skripsi Fisip UMMAT

Adapun Mahasiswa tersebut :

Nama : **ARUM WINDAYANI**
NIM : 216120146
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : **"Pengaruh Strategi Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Matic Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram"**

Demikian, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wabillahittaufiq Walhidayah
Wassalamu'alaikum Wr. Wb



Dr. H. Muhammad Ali, M.Si.
NIDN. 0806066801

Tembusan, disampaikan kepada Yth. :

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram di Tempat;
2. Arsip.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI

Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 - 633723 Mataram

BERITA - ACARA

Pada hari ini Senin Tanggal Tiga Bulan Februari Tahun 2020 pukul 14.00 Wita telah diselenggarakan Ujian Skripsi bertempat di Ruang Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram dan dinyatakan LULUS / ~~TIDAK LULUS~~ dengan predikat ~~CUKUP~~ / ~~MEMILIKKAN~~ / SANGAT MEMUASKAN CAM LAUDE, Mahasiswa :

Nama : ARUM WINDAYANI
NIM : 216120146
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Konsentrasi :
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
Judul Skripsi : "Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Matic Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram".

Rekap Nilai dari masing-masing Team Penguji sebagai berikut :

No	Nama Team Penguji Skripsi	Jabatan	IP Yg Diberikan
1	Drs. H.Junaidy, AM, MP. NIDN. 0807066201	PU	3,24
2	Dedy Iswanto, S.T., M.M NIDN. 0818087901	PP	3,78
3	Drs. Amil, M.M NIDN. 0831126204	PN	3,79
TOTAL			

Jumlah IP

AI IP

Jmlh Penguji

Mataram, 03 Februari 2020

TEAM PENGUJI SKRIPSI

Penguji Utama,	Penguji Pendamping,	Penguji Netral,
 Drs. H. Junaidy, AM, MP. NIDN. 0807066201	 Dedy Iswanto, S.T., M.M NIDN. 0818087901	 Drs. Amil, M.M NIDN. 0831126204



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI

Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 - 633723 Mataram

BERITA - ACARA

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Nama : **ARUM WINDAYANI**
NIM : 216120146
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Konsentrasi :
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
Judul Skripsi : *"Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Matic Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram"*.

KOMPONEN - KOMPONEN SKRIPSI YANG DI UJI

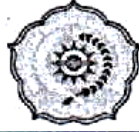
NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistematika	2	3,5	7	
2	Latar Belakang / Alasan	2	3,5	7	
3	Wawasan Pengetahuan	2	3,5	7	
4	Methodologi	3	3	9	
5	Penyajian Data	3	3	9	
6	Analisa Data	4	3	12	
7	Kesimpulan	2	3	6	
8	Konsistensi Bahasan	3	3	9	
9	Bahasa	2	3,5	7	
10	Sikap	2	4	8	
Jumlah		25		81	

TOTAL BN 81
IP 25 = 3,24

TOTAL B
Mataram, 03 Februari 2020

Penguji Utama

Drs. H. Junaidy A.M, MP.
NIDN 0807066201



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI

Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 - 633723 Mataram

BERITA - ACARA

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Nama : **ARUM WINDAYANI**
NIM : 216120146
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Konsentrasi :
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
Judul Skripsi : *"Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Matic Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram"*.

KOMPONEN - KOMPONEN SKRIPSI YANG DI UJI

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	BN	KET.
1	Sistematika	2	3	3	
2	Latar Belakang / Alasan	2	3	3	
3	Wawasan Pengetahuan	2	3	3	
4	Methodologi	3	3	3	
5	Penyajian Data	3	3	3	
6	Analisa Data	4	3	3	
7	Kesimpulan	2	3	3	
8	Konsistensi Bahasan	3	3	3	
9	Bahasa	2	3	3	
10	Sikap	2	3	3	
Jumlah		25			

TOTAL BN
IP

TOTAL

Mataram, 03 Februari 2020
Revisi Pendamping,

Dedy Ikwanto, S.T., M.M
NIDN. 0818087901



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI

Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram

BERITA - ACARA

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Nama : **ARUM WINDAYANI**
NIM : 216120146
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Konsentrasi :
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
Judul Skripsi : *"Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Matic Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram"*.

KOMPONEN - KOMPONEN SKRIPSI YANG DI UJI

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistematika	2	3,6	7,2	
2	Latar Belakang / Alasan	2	3,7	7,4	
3	Wawasan Pengetahuan	2	3,7	7,4	
4	Methodologi	3	3,7	11,1	
5	Penyajian Data	3	3,5	10,5	
6	Analisa Data	4	3,5	14	
7	Kesimpulan	2	3,7	11,1	
8	Konsistensi Bahasan	3	3,7	11,1	
9	Bahasa	2	3,7	7,4	
10	Sikap	2	3,8	7,6	
Jumlah		25		94,8	

TOTAL BN

IP

TOTAL B

94,8

25

3,79

Mataram, 03 Februari 2020
Penguji Netral,

Drs. Amil, M.M
NIDN. 0831126204

The Effect of Promotion Strategy and Product Quality on Purchasing Decisions of Honda Beat Matic Motorcycles by Students of the Faculty of Social and Political Sciences, Muhammadiyah University, Mataram

by:

ARUM WINDAYANI

216120146

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of promotional strategies and product quality on purchasing decisions of Honda Beat Matic motorbikes by students of the Faculty of Social and Political Sciences, Muhammadiyah University of Mataram. This research uses quantitative research methods. This type of research used in this research is associative research. The type of data used in this study is qualitative made quantitative data. Data were collected through primary data collection techniques. Primary data are the original data or raw data directly obtained by the author from the data source through field research or surveys. The techniques include observations and questionnaires on 100 respondents using Likert's scale. Data analysis techniques include: descriptive analysis, test validity and reliability, classical assumptions test, multiple linear regression tests, and hypothesis testing in the form of simultaneous significance tests (f tests), and partial significant tests (t tests), and determinant tests (R² test) using the application program SPSS version 20.

The results of this study indicate that all questionnaire questions in all three variables (promotion strategies, product quality, and purchasing decisions) are considered valid. This research regression model has fulfilled the overall classical assumption test which means that the data generated are normally distributed and this regression model is free from the symptoms of heteroscedasticity and multicollinearity. Significance test results (f test) showed the promotion strategy and product quality had a significant influence on purchasing decisions. The results of the partial significance test (t test) indicate that product quality and promotion strategies have a significant influence on purchasing decisions.

Keywords: promotion strategies, product quality, and purchasing decisions

