

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan mengucap puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik . Adapun judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area”**

Adapun penyusunan skripsi ini penulis menyusun dengan maksud dan tujuan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Medan Area

Dalam usaha menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan waktu, pengetahuan, dan biaya sehingga tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak tidaklah mungkin berhasil dengan baik. Oleh karena itu, Pada Kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua saya ayah Israjuddin Sakit Pohan, SE dan ibu Siti Aisyah Nasution atas dukungan, do'a dalam penyusunan skripsi ini dan dalam studi yang saya tempuh. kemudian tidaklah berlebihan apabila penulis menghatarkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. A. Ya'kub Matondang, MA. selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Ihsan Efendi, SE, MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Bapak Hery Syarial, SE, MSi selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
4. Ibu [Adelina Lubis, SE, MSi](#), selaku Ketua Program Fakultas Ekonomi/Manajemen Universitas Medan area dan Selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya membimbing penulis dan banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berharga dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Dr. Ihsan Efendi, SE, MSi, Selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya membimbing penulis dan banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berharga dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Bapak H.Syahriandy, SE MSi Selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya membimbing penulis dan banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berharga dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Eka Dewi Setia Tarigan, SE M.Si Selaku Sekretaris yang telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam hal kuliah.
8. Bapak Mohd. Idris Dalimunthe, SE, Msi, yang telah memberi masukan dan motivasi kepada penulis.
9. Teristimewa kepada ibunda saya Siti Aisyah Nasution dan ayah saya Israjuddin Sakti Pohan, SE dan Ke dua saudara saya abang Maulana Pohan dan adik Anisha Pohan yang mendo'akan penulis sehingga berhasil menyelesaikan strata satu pada fakultas ekonomi jurusan manajemen di Universitas Medan Area.
10. Khususnya untuk Ulfa fadhillah yang telah memberikan motivasi serta dukungan oleh penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada Rizal Surbakti, selaku teman seperjuangan yang telah memberi motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada sahabat-sahabat saya Yanto, Amri, Era, Joko, yang telah mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Semua teman-teman saya Sulaiman Giting, Paldi, Dirga, Ardi, Budi, Bayu, Ramsyah, Zen, Gusti, Nurkholila, yang telah mendukung dalam penulisan skripsi ini.

Mengingat keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi in masih jauh dari kesempurnaan, walaupun demikian penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak- pihak yang membutuhkannya.

Medan, September 2016

(Fakhrur Rozi Pohan)

DAFTAR ISI

Halaman

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Uraian Teoritis.....	6
1. Keputusan Pembelian.....	6
1.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	6
1.2. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	7
1.3. Model Lima Tahap Keputusan Pembelian.....	8
1.4. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	9
2. Persepsi Harga.....	11
2.1. Pengertian Persepsi harga.....	11
2.2. Indikator Harga.....	12
3. Promosi.....	13
3.1. Pengertian Promosi.....	13
3.2. Pengertian Promosi Menurut Beberapa Ahli.....	14
3.3. Indikator Promosi.....	14
3.4. Tujuan Promosi.....	15
3.5. Bauran Promosi.....	16
B. Penelitian Terdahulu.....	20
C. Kerangka Konseptual.....	21
D. Hipotesis.....	21

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis, Tempat, dan Waktu Penelitian.....	22
B. Populasi dan Sampel.....	23
C. Definisi Operasional.....	24

D. Jenis dan Sumber Data.....	24
E. Teknik Pengumpulan Data.....	25
F. Teknik Analisis Data.....	26

BAB IV: PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	29
1. Deskripsi Sejarah Singkat Perusahaan.....	29
2. Struktur Organisasi.....	28
3. Penyajian Data Responden.....	30
4. Penyajian Data Angket Responden.....	31
B. Pembahasan	
1. Uji Validitas dan Reabilitas.....	42
2. Uji Asumsi Klasik.....	45
3. Uji Statistik.....	47
4. Uji Hipotesis.....	48
5. Koefisien Determinasi.....	50

BAB V: KESIMPULAN & SARAN

A. Kesimpulan.....	52
B. Saran.....	53

DAFTAR PUSTAKA

B. Rumusan Masalah

Persaingan yang terjadi antara produsen sepeda motor di Indonesia seakan terjadi secara tidak langsung. Persaingan antar produk yang sejenis tidak nampak pada kenyataan yang terjadi di lapangan. Produsen sepeda motor seakan berbagi segmen pasar dan menguasai salah satu segmen tersebut. Contohnya dapat dilihat pada produsen sepeda motor Yamaha menguasai segmen pasar sepeda motor sport, sementara Honda dengan sepeda motor bebeknya. Imbasnya jika hal ini berlangsung lama, maka akan terjadi monopoli di salah satu segmen dan konsumen yang akan dirugikan.

Berdasarkan uraian dan latar belakang masalah dalam penelitian ini, maka dapat ditarik pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh persepsi harga dalam keputusan pembelian Sepeda Motor Honda Vario pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi di Universitas Medan Area.
2. Apakah terdapat pengaruh persepsi harga dan promosi dalam keputusan pembelian Sepeda Motor Honda Vario pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi di Universitas Medan Area
3. Apakah terdapat pengaruh promosi dalam keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi di Universitas Medan Area.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda Vario pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti

Untuk memperluas wawasan penulisan, khususnya mengenai pengaruh persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda Vario pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

2. Bagi mahasiswa/i

Sebagai sumbangan pemikiran kepada pihak yang memerlukan, sebagai bahan masukan dan evaluasi untuk kemudian dapat dipergunakan dalam mengambil keputusan.

3. Bagi pihak lain

Sebagai referensi tambahan bagi Program Studi Ekonomi di Universitas Medan Area.