

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL BEKAS PADA
SHOWROOM BENTO MAUMERE DENGAN
MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL
*INTERVENING***

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**



OLEH

ANGELINA KARMELA

NIM : 32118116

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL BEKAS PADA
SHOWROOM BENTO MAUMERE DENGAN
MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

Yang diajukan oleh :

Nama : Angelina Karmela
NIM : 32118116
Fakultas : Ekonomika dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Skripsi ini telah disetujui dan diterima oleh Tim Pembimbing
Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

Pembimbing I


Pembimbing II


Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si
NIDN: 0818116751


Maria A. L. Amaral, SE, MM
NIDN: 0805079302

Kupang 2022

Ketua Program Studi Manajemen


Anggraeny Paridy, SE, M. Si
NIDN : 0011036501

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Panitia Ujian Skripsi pada Program Studi Manajemen Konsentrasi Pemasaran, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Yang diselenggarakan pada :

Hari / Tanggal : Selasa, 13 Desember 2022

Jam : 10.00 Wita - Selesai

Tempat : Magister Manajemen

Atas Nama : Angelina Karmela

Nomor Registrasi : 32118116


Dinyatakan : LULUS

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

- | | | |
|---------------|---------------------------------|---------|
| 1 Ketua | : Dr. Simon Sia Niha SE, M.Si | (.....) |
| 2 Sekretaris | : Maria A. L. Amaral, SE, MM | (.....) |
| 3 Penguji I | : Drs.Ec. Gaudensius Djuang, MM | (.....) |
| 4 Penguji II | : Apryanus Fallo, SE, MM | (.....) |
| 5 Penguji III | : Dr. Simon Sia Niha SE, M.Si | (.....) |

MENGETAHUI


Dekan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Dr. M. B. Perseveranda, SE, M. Si
NIDN : 0819066703


Ketua
Program Studi Manajemen
A. Graeny Paridy, SE, M. Si
NIDN : 0011036501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Jangan Pergi mengikuti jalan yang berujung tetapi buatlah jalanmu sendiri dan tinggalkanlah jejak

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Orang tua tercinta Bapak Sestarius Otravianus, Ibu Inosensia Susana Sumarni dan Tanta Maria Konsolata, yang dengan susah payah membiayai studi dan tidak pernah lelah mendoakan segala yang terbaik. Kepada saudara yang terkasih, Alm. Kakak Heribert Yulianus Jae yang telah mendoakan segala yang terbaik. Kepada saudara yang terkasih kakak Karolus Andriano Dere, Kakak Maria Imelda, Kakak Ronaldus G. Jae dan Adik Emanuel Zodi Dere yang selalu mendukung dan memotivasi agar tetap semangat.

Kupang, Januari 2022

Penulis

KATA PENGANTAR

Puji syukur dihaturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan kebaikannya skripsi ini dapat diselesaikan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan. Skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas pada Showroom Bento Maumere dengan Minat Beli sebagai Variabel *Intervening*”** diajukan guna memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Penyusunan skripsi ini tak terlepas dari bantuan seperti bimbingan, masukan, semangat, dukungan baik fisik maupun rohani dari berbagai pihak. Oleh karena itu, patut diucapkan limpah terima kasih kepada:

1. P. Dr. Philipus Tule, SVD selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, karena telah memberikan kesempatan dan menyediakan fasilitas untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Ibu M. E. Perseveranda, SE.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah membantu dalam segala urusan administrasi umum maupun akademik pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
3. Ibu Anggraeny Paridy SE., M.Si dan Ibu Maria B. M. G. Wutun, S.E, M.M, selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan, motivasi, dan masukan yang sangat membantu.

4. Bapak Dr. Simon Sia Niha, SE., M. Si selaku Dosen Pembimbing I yang sekaligus sebagai Ketua dan Penguji III dan Ibu Maria A.L Amaral, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II sekaligus sebagai Sekretaris Panitia Ujian Skripsi, yang telah meluangkan waktu, memberikan masukan, perbaikan dan motivasi dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Drs.Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku Penguji I dan Bapak Apryanus Fallo SE, MM selaku Penguji II, yang telah bersedia memberikan ujian, koreksi, usul saran dan perbaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Pengajar Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan bekal ilmu.
7. Pegawai Tata Usaha Fakultas Ekonomika dan Bisnis dan seluruh Civitas Akademika Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, atas pelayanannya.
8. Pimpinan *Showroom* Bento Maumere yang telah menyediakan tempat untuk dilakukan penelitian dan bersedia memberikan data penjualan.
9. Ayahanda tercinta Sestrarius Otravianus dan Ibunda Inosensia Susana Sumarni dan Tanta Maria Konsolata yang telah memelihara dan membesarkan dengan penuh kasih sayang, serta kakak tercinta Karolus Andriano Dere, Kakak Maria Imelda, Kakak Ronaldus Gitami Jae dan Adik Emanuel Zodi Dere yang telah memberikan nasihat, doa, dukungan moril maupun materil selama masa kuliah dan penyusunan skripsi ini.
10. Teman-Teman seperjuangan Angkatan 2018, terutama bagi Pricila Da Silva, Darwis Boro, Vinny Mawar, Rian Rau, Bonefasius Dae dan sahabat-sahabat yang selalu setia memberikan semangat dalam untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini

11. Semua pihak yang telah membantu baik moril maupun materil, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Menyadari bahwa dengan keterbatasan kemampuan dan waktu yang dimiliki, sehingga hasil penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, diharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun, guna penyempurnaan tulisan di waktu-waktu yang akan datang.

Kupang, Desember 2022

Penulis

ABSTRAK

Angelina Karmela (32118116) dengan judul penelitian “ Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas Pada *Showroom* Bento Maumere dengan Minat Beli sebagai *Variabel Intervening*” dibawah bimbingan Bapak Dr. Simon Sia Niha SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Maria A. Lopes Amaral S.E., MM selaku Dosen Pembimbing II.

Showroom Bento merupakan tempat penjualan mobil bekas yang berada di Kota Maumere. Perkembangan data penjualan pada *Showroom* Bento selama 6 tahun terakhir mengalami fluktuasi. Rumusan Masalah dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas produk, promosi, gambaran minat beli dan keputusan pembelian mobil bekas pada *Showroom* Bento Maumere? (2) Apakah kualitas produk dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli mobil bekas pada *Showroom* Bento Maumere? (3) Apakah kualitas produk dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian mobil bekas di *Showroom* Bento Maumere? (4) Apakah minat beli berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian mobil bekas pada *Showroom* Bento Maumere? (5) Apakah minat beli dapat memediasi pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian mobil bekas pada *Showroom* Bento Maumere?

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen *Showroom* Bento Maumere yang pernah melakukan pembelian pada *Showroom* Bento Maumere. Sampel dalam penelitian ini yaitu 90 orang responden. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner melalui *Google Form*. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis inferensial (PLS).

Analisis deskriptif menunjukkan persepsi konsumen tentang kualitas produk sebesar 76,10 %, promosi sebesar 76,34%, minat beli sebesar 78,25, keputusan pembelian sebesar 77,18%, semuanya masuk dalam kategori baik. Hasil analisis PLS menunjukkan kualitas produk dan promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Kualitas produk dan promosi secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Minat Beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya, Minat beli sebagai variabel *intervening* dapat memediasi pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian. Nilai R^2 menunjukkan kontribusi pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap minat beli sebesar 0,781. Artinya, 78,1% minat beli dipengaruhi oleh kualitas produk dan promosi, sisanya sebesar 21,9% dipengaruhi oleh faktor lainnya di luar dari model penelitian ini. Selanjutnya, nilai R^2 menunjukkan kontribusi pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian sebesar 0,790. Artinya sebesar 79,0% keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk dan promosi, sisanya sebesar 21% dipengaruhi faktor lainnya di luar model penelitian ini.

Pemilik *Showroom* Bento Maumere perlu menjual mobil dengan merek terkini yang masih tersedia suku cadangnya sehingga mudah diperbaiki dan diganti. Selain itu, perlu memberikan pesan promosi secara terperinci tentang kualitas mobil bekas dan juga perlu memberikan potongan harga.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Promosi, Minat Beli, dan Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR DIAGRAM	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Konsep Pemasaran	10
B. Perilaku Konsumen.....	12
C. Keputusan Pembelian.....	13
D. Minat Beli.....	17
E. Kualitas Produk	20
F. Promosi.....	23

G. Penelitian Terdahulu.....	25
H. Kerangka Pemikiran.....	28
I. Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
B. Populasi dan Sampel.....	32
C. Jenis Data.....	33
D. Metode Pengumpulan Data.....	34
E. Variabel, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran	35
F. Metode Analisis Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Karakteristik Responden	45
B. Analisis dan pembahasan	49
BAB V PENUTUP	69
A. Kesimpulan	69
B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Data penjualan di Showroom Bento tahun 2019-2021	4
Tabel 3.1 Variabel, Defenisi Operasional, Indikator dan Skala	36
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	47
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	49
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1)	50
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Promosi (X2).....	51
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel Minat Beli (Y1).....	51
Tabel 4.9 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y2)	52
Tabel 4.10 Hasil analisis Outer Loadings (Measurement Model)	55
Tabel 4.11 Discriminant Validity Cross Loadings.....	56
Tabel 4.12 Average Variance Extracted (AVE)	57
Tabel 4.13 Nilai Composite Reliability	58
Tabel 4.14 Path Coefficient	59
Tabel 4.15 Hasil Perhitungan R-Square	60
Tabel 4.16 Hubungan Antara Kualitas Produk, Promosi, Minat Beli dan Keputusan Pembelian.....	61
Tabel 4.17 Hasil Perhitungan Total Indirect Effect	64

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Proses pengambilan keputusan	15
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Penelitian	30
Gambar 4.1 Hasil Uji Model Bagian Luar (Outer Model).....	54
Gambar 4.2 Diagram Path Hubungan Antara Kualitas Produk, Promosi, Minat Beli dan Keputusan Pembelian	61

DAFTAR DIAGRAM

	Halaman
Diagram 3.1 Diagram Jalur	40