

**PENGARUH DESAIN PRODUK, YOUTUBE
ADVERTISING DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN XPANDER MITSUBISHI
PADA PT. DIPO INTERNASIONAL PAHALA
OTOMOTIF**

*(THE INFLUENCE OF PRODUCT DESIGN,
YOUTUBE ADVERTISING AND PRICING ON THE
DECISION TO PURCHASE XPANDER MITSUBISHI
AT PT. DIPO INTERNATIONAL PAHALA
OTOMOTIF)*

OLEH:

NAMA : ELVIDA SIMANJUNTAK
NIM : 2061201198
JURUSAN : MANAJEMEN



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LANCANG KUNING
PEKANBARU
2024**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : ELVIDA SIMANJUNTAK
NIM : 2061201198
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN : MANAJEMEN
JUDUL : PENGARUH DESAIN PRODUK, YOUTUBE ADVERTISING
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
EXPANDER MITSUBISHI PT. DIPO INTERNASIONAL PAHALA
OTOMOTIF

DISETUJUI :

PEMBIMBING I

Dr. NOFRIZAL, SE.MM
NIDN : 1002118703

PEMBIMBING II

Dr. IDEL WADELM, S.E.I., M.Si
NIDN : 1008078602



Dr. TONTONASIS, S.E., S.H., M.M., M.H., Ak. CA, ACPA
NIDN : 1006067101



Dr. AZNURIYANDI, S.E., M.Si
NIDN : 1021088602

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

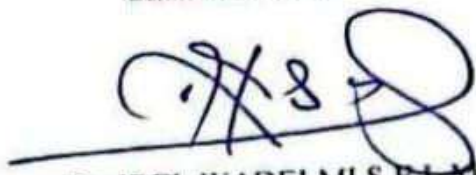
NAMA : ELVIDA SIMANJUNTAK
NIM : 2061201198
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN : MANAJEMEN
JUDUL : PENGARUH DESAIN PRODUK, YOUTUBE ADVERTISING
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
EXPANDER MITSUBISHI PT DIPO INTERNASIONAL PAHALA
OTOMOTIF

KETUA



Dr. AZNURIYANDIS E.M.Si
NIDN : 1021088602

SEKRETARIS



Dr. IDEL WADELMIS E.I.M.Si
NIDN : 1008078602

ANGGOTA



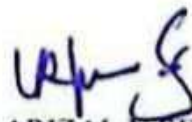
Dr. NOFRIZAL S.E.MM
NIDN : 1002118703



Dr. IDEL WADELMIS E.I.M.Si
NIDN : 1008078602



Dr. ZULIA KHAIRANI S.E.MM
NIDN : 1008078601



Dr. H. ARIZAL N.S.E.MM
NIDN : 1023046301

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis dalam bentuk skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister dan doctor) baik di universitas lain atau perguruan tinggi lainnya.
2. Karya ini murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan dari pihak lain kecuali arahan dan dukungan dari tim pembimbing.
3. Dalam karya ilmiah ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan daftar pustaka.
4. Pernyataan dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya tulis ini, beserta lainnya sesuai dengan norma yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya, agar dapat dipergunakan dengan seperlunya dan sebaik-baiknya.

Pekanbaru, 10 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,

10000

F1929ALR277792964

METERAN
TEMPEL

Elvida Simanjuntak

**PENGARUH DESAIN PRODUK, YOUTUBE ADVERTISING DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN EXPANDER MITSUBISHI PADA
PT. DIPO INTERNASIONAL
PAHALA OTOMOTIF**

Oleh: Elvida Simanjuntak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh desain produk, youtube advertising dan harga secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian expander pada PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif tahun 2023 yang berjumlah 860 konsumen. Dengan menggunakan teknik purposive sampling diperoleh jumlah sampel sebanyak 96 orang. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang bersumber dari kuesioner. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian Desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Youtube Advertising berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. desain produk, youtube advertising dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian expander Mitsubishi PT.Dipo internasional pahala otomotif.

Kata Kunci: *Desain Produk, Youtube Advertising, Harga, Keputusan Pembelian*

**THE INFLUENCE OF PRODUCT DESIGN, YOUTUBE
ADVERTISING AND PRICE ON PURCHASING DECISIONS FOR
MITSUBISHI EXPANDER AT PT. DIPO INTERNATIONAL
AUTOMOTIVE REWARD**

By: Elvida Simanjuntak

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product design, youtube advertising and price partially and simultaneously on expander purchasing decisions at PT. Dipo Internasional Pahala Automotive. The population in this study were customers of PT Dipo Internasional Pahala Automotive in 2023, totalling 860 consumers. By using purposive sampling technique, a sample size of 96 people was obtained. The type of data used is primary data sourced from questionnaires. Data analysis using multiple linear regression. The results of the study Product design affects the purchase decision Youtube Advertising affects the purchase decision. Product design, youtube advertising and price have a significant effect on purchasing decisions for Mitsubishi expander PT.Dipo international automotive reward.

Keywords: *Product Design, Youtube Advertising, Price, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kemurahan dan kebaikan Tuhan yang Maha Esa yang telah melimpahkan rhamat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ pengaruh desain produk, youtube advertising dan harga terhadap keputusan pembelian expander Mitsubishi pada pt. dipo internasional pahala otomotif’.

Tujuan dari penyusunan skripsi ini guna memenuhi salah satu syarat untuk mengikuti ujian *oral comprehensive* sarjana lengkap pada program S1 Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Lancang Kuning.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Dini Onasis, SE, SH, MM, MH, AK, CA, ACPA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning.
2. Bapak Aznuriyandi, SE,M.Si, selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning.
3. Bapak Nofrizal, SE.,MM. selaku pembimbing I dalam penulisan skripsi ini. Terimakasih atas segala bimbingan yang telah Bapak berikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan sesuai waktu yang diharapkan.
4. Bapak Ryan, SE., MM. selaku pembimbing II dalam penulisan skripsi ini. Terimakasih atas segala bimbingan yang telah Bapak berikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan sesuai waktu yang

diharapkan.

5. Kedua orang tua saya, Ayah Alm Benny Siamanjuntak dan Ibu Asteria Sinurat yang selalu memberikan doa dukungan dan kasih sayangnya kepada penulis, serta saudara saya yang turut memberikan motivasi kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman yang telah memberikan bantuan, motivasi dan dorongan moral.

Pekanbaru, 10 Juli 2024

Penulis

Elvida Simanjuntak

Nim: 2061201198

DAFTAR

ISI

ABSTRAK.....	i
PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang penelitian	1
1.2 Rumusan masalah.....	9
1.3 Tujuan dan manfaat penelitian.....	10
1.3.1 tujuan penelitian	10
1.3.2 Manfaat Penelitian	
1.4 sistematika penulisan	11
BAB II TELAAH PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS	13
2.1 TELAAH PUSTAKA.....	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.2. Pemasaran	15
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	17
2.1.4. Desain Produk	23
2.1.5. Youtube Advertising	28
2.1.6. Harga	31
2.1.7. Jurnal Penelitian Terdahulu.....	37
2.2 KERANGKA PEMIKIRAN.....	12
2.3 TELAAH PUSTAKA.....	12
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1 . OBJEK PENELITIAN.....	43
3.2. POPULASI SAMPLE	43
3.3. TEKNIK PENGAMBILAN SAMPLE.....	44
3.4 JENIS DAN SUMBER DATA.....	45
3.5. TEKNIK PENGUMPULAN DATA	46
3.6 DEFINISI DAN OPERASIONAL VARIABEL	47
3.7 HASIL TAGGAPAN RESPONDEN	
3.7.1. Uji Valitas dan Reabilitas.....	51
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	53
3.7.2 Uji Regresi Berganda	53
3.7.4 Uji Hipotesis.....	54
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	56
4.1 SEJARAH SINGKAT PT. DIPO INTERNASIONAL PAHALA OTOMOTIF	56
4.2 VISI DAN MISI PT.DIPO INTERNASIONAL PAHALA OTOMOTIF	57
4 2.1 Visi 57	

4.2.2 Misi	57
4.3 STRUKTUR ORGANISASI PT.DIPO INTERNASIONAL PAHALA OTOMOTIF	57
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	64
5.1 HASIL PENELITIAN	64
5.1.1 Karakteristik Responden.....	64
5.1.2 Analisis Deskriptif	64
5.1.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	97
5.1.6 Uji Hipotesis	105
5.2 PEMBAHASAN	108
5.2.1. Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	109
5.2.2. Pengaruh Youtube Advertising Terhadap Keputusan Pembelian.....	109
5.2.3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	110
5.2.4. Pengaruh Desain Produk, Youtube Advertising Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	111
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	112
6.1 kesimpulan	112
6.2 Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA	114
BIOGRAFI PENULIS	116
LAMPIRAN	117

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jenis type Expander.....	5
Tabel 1. 2 Daftar harga Expander Mitsubishi 2024.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 3.1 Tabel Identifikasi Operasional Variabel.....	49
Tabel 3.2 tabel Skala Likert	51
Tabel 4.1Struktur Organisasi PT.DIPO Internasional Pahala Otomotif.....	61
Tabel 5.1 Karakteristik Reponden Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Tabel 5.3 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	69
Tabel 5.4 Tanggapan Responden Tentang Daya Tarik Desain Produk.....	70
Tabel 5.5 Tanggapan Responden Tentang Keunikan Desain Produk	71
Tabel 5.6 Tanggapan Responden Tentang Keindahan Desain Produk	72
Tabel 5.7 Tanggapan Responden Tentang Tampilan Desain Produk	73
Tabel 5.8 Tanggapan Responden Tentang Ciri Desain Produk	74
Tabel 5.9 Tanggapan Responden Tentang Interior Desain Produk.....	75
Tabel 5.10 Tanggapan Responden Tentang Mutu Desain Produk	76
Tabel 5.11 Tanggapan Responden Tentang Spesifikasi Desain Produk	77
Tabel 5.12 Rekapitulasi Responden Variabel Harga (X1)	78
Tabel 5.13 Tanggapan Responden Tentang Fitur Advertising	79
Tabel 5.14 Tanggapan Responden Tentang Durasi Waktu Youtube Advertising	80
Tabel 5.15 Tanggapan Responden Tentang Model Youtube Advertising	81
Tabel 5.16 Taggapan Responden Tentang Model Youtube Advertising keinginan membeli.....	82
Tabel 5.17 Tanggapan Responden Tentang Model Youtube Advertising untuk membeli.....	83
Tabel 5.18 Tanggapan Responden Tentang Model Youtube Advertising mudah diingat.....	84
Tabel 5.19 Rekapitulasi Responden Variabel Youtube Advertising (X2)	85
Tabel 5.20 Tanggapan Responden Tentang Keterjangkauan Harga	86

Tabel 5.21 Tanggapan Responden Tentang potongan Harga.....	87
Tabel 5.22 Tanggapan Responden Tentang persaingan Harga	88
Tabel 5.23 Tanggapan Responden Tentang Kualitas Harga	89
Tabel 5.24 Tanggapan Responden Tentang Kesesuaian Harga	90
Tabel 5.25 Tanggapan Responden Tentang Persaingan Harga dengan Jenis lain	91
Tabel 5.26 Rekapitulasi Responden Variabel Harga (X3)	92
Tabel 5.27 Tanggapan Responden Pemilihan Produk.....	93
Tabel 5.28 Tanggapan Responden Produk yang dibutuhkan	94
Tabel 5.29 Tanggapan Responden Produk Impian	95
Tabel 5.30 Tanggapan Responden Penetapan Produk	96
Tabel 5.31 Tanggapan Responden Test Drive	97
Tabel 5.32 Tanggapan Responden Pembayaran mudah.....	98
Tabel 5.33 Rekapitulasi Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y3).....	99
Tabel 5.34 Hasil Uji Validitas Data.....	100
Tabel 5.35 Hasil Uji Reliabilitas	102
Tabel 5.36 Hasil Uji Multikolinearitas	105
Tabel 5.37 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Rank Spearman.....	107
Tabel 5.38 Hasil Uji Autokorelasi	108
Tabel 5.39 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	109
Tabel 5.40 Uji Hipotesis (Uji t).....	111
Tabel 5.41 Hasil Uji F (Uji Simultan)	113
Tabel 5.42 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proses Keputusan Pembelian	20
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	42
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT.DIPO Internasional Pahala Otomotif	61
Gambar 5.1 Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Histogram	103
Gambar 5.2 Hasil Uji Normalitas dengan P-Plot	104
Gambar 5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot	106

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN

Saat ini perkembangan industri mobil di Indonesia berkembang sangat pesat. Ketatnya persaingan antar perusahaan membuat produsen harus berfikir lebih keras untuk mempertahankan pangsa pasarnya. Banyaknya industri mobil yang bermunculan dengan berbagai macam desain produk yang bersaing, tentu akan mempengaruhi tingkat keputusan pembelian. Banyaknya perusahaan yang menawarkan Kualitas produk dan desain produk pada jenis mobil baru untuk memudahkan kehidupan manusia baik untuk bekerja maupun untuk memenuhi kebutuhan hidup relatif mempengaruhi konsumen untuk berpindah ke perusahaan pesaing. Seiring dengan berkembangnya fungsi mobil sebagai alat transportasi, maka permintaan konsumen terhadap mobil akan semakin tinggi. Para produsen mobil terus melakukan inovasi terhadap produknya. Hal ini terlihat dari semakin beraneka ragamnya Desain produk dan jenis mobil di Indonesia. Akibatnya, konsumen harus semakin selektif dalam memilih produk yang akan dibeli. Dengan demikian setiap perusahaan dituntut untuk melakukan kegiatan usahanya dengan baik, agar produk yang ditawarkan sampai ke tangan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen (Pratiwi, 2019).

Perkembangan industri mobil ini cukup mempengaruhi konsumen agar lebih selektif dalam memilih produk yang diinginkan. Manusia dalam menjalankan aktivitas sehari-hari tidak akan terlepas dari kegiatan transportasi, sehingga sarana transportasi yang memadai dibutuhkan untuk melakukan

aktivitas agar dapat berjalan dengan baik. Salah satu jenis alat transportasi adalah mobil. Kehidupan masyarakat modern saat ini turut mempengaruhi pola perilaku masyarakat dalam pembelian sehingga kehidupan modern saat ini seringkali diidentikkan dengan gaya hidup yang selalu mengikuti trend atau perkembangan zaman (Novita, 2017).

Selanjutnya Era digital mengubah pola perilaku konsumen terutama dalam menggunakan atau mengakses informasi. Sinergi antara industri telekomunikasi, perangkat telekomunikasi dan jaringan telekomunikasi membawa konsumen ke era komunikasi yang interaktif. Fakta menunjukkan bahwa masyarakat lebih banyak menghabiskan waktu mengakses segalanya secara digital. Selain itu, perangkat seluler telah mengubah cara individu berkomunikasi dan berinteraksi. Perangkat dan sistem berbasis teknologi seluler telah menjadi hal yang biasa dalam kehidupan kita sehari-hari sekarang.

Teknologi seluler memiliki potensi untuk menciptakan pasar baru, mengubah sudut pandang persaingan bisnis, dan mengubah struktur masyarakat dan pasar yang ada (Stewart & Pavlou, 2010). Penggunaan telepon selular melibatkan sekumpulan aplikasi dan layanan yang baru yang dapat diakses individu dari perangkat seluler mereka yang didukung web.

Saat ini, popularitas *website* dalam industri *e-commerce* berkembang pesat. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tersebut, meningkatkan interaksi yang lebih mudah dan cepat antara pelanggan dan pengiklan. Informasi lebih cepat diperoleh melalui media digital. Pengguna internet akan lebih mudah melakukan reaksi terhadap aktivitas yang dilakukan melalui internet. Pengguna

dapat langsung membuka *website* yang menyediakan informasi melalui media tersebut.

Pihak perusahaan pun sekarang mulai menyesuaikan terhadap perubahan ini. Saat ini, popularitas *website* dalam industri *e-commerce* berkembang pesat. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa Iklan dapat membuat persaingan menjadi lebih kompetitif, sehingga keputusan pembelian terhadap produk menjadi semakin meningkat. Terlebih di era digitalisasi seperti sekarang ini iklan menjadi kebutuhan bagi setiap pelaku usaha dalam meningkatkan penjualan produknya.¹⁰ Menurut Sutisna iklan yang ditayangkan terus-menerus tujuannya bukan memperoleh keuntungan secara langsung, melainkan bertujuan untuk membujuk agar konsumen bersedia melakukan pembelian kembali. Sehingga iklan menjadi hal yang perlu diperhatikan dalam dunia bisnis. Banyak pelaku bisnis yang menggunakan sosial media untuk mengiklankan produknya salah satunya yaitu youtube. Youtube dianggap memiliki potensi yang besar bagi pengiklan, mengingat youtube memiliki segmen yang lebih pasti. *Youtube* dengan penyedia layanan video terbesar sekarang ini dimiliki oleh *Google*, dimana pengguna bisa memuat, melihat dan berbagi video secara gratis dengan konten beragam.

Keputusan pembelian merupakan pemilihan dari tiga atau lebih alternatif. Hal ini berarti konsumen bebas membuat keputusan untuk membeli atau memilih produk yang diinginkan sesuai dengan yang dibutuhkan. Keputusan pembelian dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan. Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi

oleh perilaku konsumen. Melalui pemahaman perilaku konsumen, pihak manajemen perusahaan dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada dan mengungguli para pesaingnya serta tidak kalah pentingnya adalah memberikan kepuasan secara lebih baik kepada konsumennya (Waani, 2022).

Faktor yang pertama yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah desain produk. Desain produk menentukan keputusan dalam pembelian produk unit mobil. (Nasution, 2020) menjelaskan bahwa desain produk adalah otalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. Perusahaan juga makin menyadari pentingnya nilai pemasaran dari desain produk, terutama desain penampilannya. Dua faktor yang menyangkut desain produk adalah warna dan kualitas produk. Pemilihan warna yang tepat merupakan keuntungan tersendiri bagi pemasaran suatu produk (Kotler & Keller, 2016). Penelitian yang telah dilakukan berkaitan dengan hubungan antara faktor desain produk dengan keputusan pembelian antara lain: penelitian (Nasution, 2020) memperoleh hasil bahwa faktor desain produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Tabel 1.1**Type Expander**

No	TYPE	MODEL	ISI SILINDER	WARNA	BAHAN BAKAR	J.RODA	J.SUMBU
1	XPANDER CROSS 1.5L PLUS 4X2 A/T	M.P	1.500	PUTIH MUTIARA	BENSIN	4 (EMPAT)	2 (DUA)
2	XPANDER CROSS 1.5L PLUS 4X2 A/T	M.P	1.500	PUTIH MUTIARA	BENSIN	4 (EMPAT)	2 (DUA)
3	XPANDER 1.5L ULT- L 4X2 A/T	M.P	1.500	HITAM MIKA	BENSIN	4 (EMPAT)	2 (DUA)
4	XPANDER 1.5L EXC- L 4X2 A/T	M.P	1.500	HITAM MIKA	BENSIN	4 (EMPAT)	2 (DUA)
5	XPANDER CROSS 1.5L 4X2 A/T	M.P	1.500	PUTIH MUTIARA	BENSIN	4 (EMPAT)	2 (DUA)
6	XPANDER CROSS 1.5L 4X2 M/T	M.P	1.500	PUTIH MUTIARA	BENSIN	4 (EMPAT)	2 (DUA)
7	XPANDER 1.5L ULTIMATE-L 4X2 A/T	M.P	1.500	PUTIH MUTIARA	BENSIN	4 (EMPAT)	2 (DUA)
8	XPANDER CROSS 1.5L PLUS 4X2 A/T	M.P	1.500	PUTIH MUTIARA	BENSIN	4 (EMPAT)	2 (DUA)
9	XPANDER 1.5L ULTIMATE-L 4X2 A/T	M.P	1.500	HITAM MIKA	BENSIN	4 (EMPAT)	2 (DUA)
10	XPANDER CROSS 1.5L 4X2 M/T	M.P	1.500	HITAM MIKA	BENSIN	4 (EMPAT)	2 (DUA)
11	XPANDER 1.5L ULTIMATE-L 4X2 AT	M.P	1.500	HITAM MIKA	BENSIN	4 (EMPAT)	2 (DUA)
12	XPANDER 1.5L ULT- L 4X2 A/T	M.P	1.500	ABU PERAK METALIK	BENSIN	4 (EMPAT)	2 (DUA)
13	XPANDER CROSS 1.5L PLUS 4X2 A/T	M.P	1.500	ABU PERAK METALIK	BENSIN	4 (EMPAT)	2 (DUA)
14	XPANDER CROSS 1.5L 4X2 M/T	M.P	1.500	ABU PERAK METALIK	BENSIN	4 (EMPAT)	2 (DUA)
15	XPANDER 1.5L ULT- L 4X2 A/T	M.P	1.500	PUTIH MUTIARA	BENSIN	4 (EMPAT)	2 (DUA)
16	XPANDER 1.5L ULT- L 4X2 A/T	M.P	1.500	ABU PERAK METALIK	BENSIN	4 (EMPAT)	2 (DUA)
17	XPANDER CROSS 1.5L PLUS 4X2 A/T	M.P	1.500	PUTIH MUTIARA	BENSIN	4 (EMPAT)	2 (DUA)
18	XPANDER CROSS 1.5L PLUS 4X2 A/T	M.P	1.500	HITAM MIKA	BENSIN	4 (EMPAT)	2 (DUA)
19	XPANDER 1.5L ULT- L 4X2 A/T	M.P	1.500	ABU PERAK METALIK	BENSIN	4 (EMPAT)	2 (DUA)
20	XPANDER CROSS 1.5L PLUS 4X2 A/T	M.P	1.500	HITAM MIKA	BENSIN	4 (EMPAT)	2 (DUA)
21	XPANDER 1.5L ULT- L 4X2 A/T	M.P	1.500	PUTIH MUTIARA	BENSIN	4 (EMPAT)	2 (DUA)
22	XPANDER 1.5L EXC- L 4X2 A/T	M.P	1.500	HITAM MIKA	BENSIN	4 (EMPAT)	2 (DUA)
23	XPANDER 1.5L SPO- L 4X2 A/T	M.P	1.500	ABU PERAK METALIK	BENSIN	4 (EMPAT)	2 (DUA)
24	XPANDER 1.5L SPO- L 4X2 M/T	M.P	1.500	HITAM MIKA	BENSIN	4 (EMPAT)	2 (DUA)
25	XPANDER CROSS 1.5L PLUS 4X2 A/T	M.P	1.500	HITAM MIKA	BENSIN	4 (EMPAT)	2 (DUA)

Sumber : PT.DIPO Internasional Pahala Otomotif

Pada tabel diatas menunjukkan jenis type expander yang berjumlah 25 type, dengan spesifikasi yaitu: model, isi silinder, warna, bahan bakar, jumlah roda dan jumlah sumbu.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah iklan Youtube (*Youtube Advertising*). *Digital marketing* yang mengeluarkan fitur *Youube Advertising* merupakan kegiatan bermitra dengan organisasi perusahaan lain dan website-website untuk mencapai keuntungan bersama dari sebuah kerjasama untuk mempromosikan produk atau layanan. Sehingga memudahkan perusahaan untuk memasarkan produk agar dapat dengan mudah menarik minat beli konsumen. Penelitian yang telah dilakukan berkaitan dengan hubungan antara faktor *Youtube Advertising* dengan keputusan pembelian antara lain: penelitian (Pratama,2019) memperoleh hasil bahwa faktor *youtube advertising* berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian.



Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=mKk-ShIQdeg>

Gambar 1.2 Tampilan Youtube Advertising Xpander Mitsubishi

Faktor ketiga yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau

jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler dan Keller, 2016). Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa (Kotler dan Armstrong, 2016). Harga semata-mata tergantung pada kebijakan perusahaan, tetapi juga memperhatikan berbagai hal. Murah atau mahal nya harga suatu produk tergantung pada spesifikasi dan keunggulan dari produk itu sendiri yang sangat relatif sifatnya.

Tabel 1.2
Daftar harga Expander Mitsubishi 2024

Type Expander Mitsubishi	Harga Expander Mitsubishi (Rp)
Mitsubishi Expander Cross CVT	345.650.000
Mitsubishi Expander Cross M/T	319.750.000
Mitsubishi Expander Ultimate CVT	315.900.000
Mitsubishi Expander Sport CVT	312.500.000
Mitsubishi Expander Exceed CVT	283.700.000
Mitsubishi Expander Exceed M/T	274.500.000
Mitsubishi Expander GLS CVT	270.400.000
Mitsubishi Expander GLS M/T	261.200.000
Mitsubishi Expander GLX	. -

Sumber: PT.DIPO Internasional Pahala Otomotif

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa harga Mitsubishi Xpander di Pekanbaru mulai dari Rp 261,2 Juta untuk varian paling bawah, hingga Rp 345,6 Juta untuk varian tertinggi Xpander Cross CVT.

Penelitian ini dilakukan pada salah satu perusahaan otomotif yang ada di Kota Pekanbaru adalah PT. Dipo Pahala Otomotif Pekanbaru yang bergerak di bidang Penjualan mobil merk Mitsubishi. PT. Dipo Pahala Otomotif yang sudah lama berada di Indonesia serta pertumbuhan penjualan mobil Mitsubishi ini

meningkat luar biasa ditengah-tengah persaingan yang begitu tajam akibat banyaknya merek mobil lainnya. banyak konsumen mempercayakan pembelian mobil merek Mitsubishi di Dealer Mitsubishi tersebut karena selalu memberikan pelayanan yang terbaik diimbangi dengan penjualan produk yang lain.

Tabel 1.3
Data Penjualan Expander Mitsubishi PT. Dipo Internasional Pahala
Otomotif Tahun 2019-2023

No	Tahun	Total Penjualan	<i>Growth</i> (Perubahan)	Persentase
1	2018	22.987.765.604		
2	2019	18.849.576.501	-4.138.189.103	-14,71%
3	2020	15.675.489.105	-3.174.087.396	-12,50%
4	2021	27.021.999.827	11.346.510.722	15,67%
5	2022	108.270.186.453	81.248.186.626	27,02%
6	2023	115.346.876.980	98.076.690.527	17,27%

Sumber: Laporan Penjualan Expander Mitsubishi PT. DIPO Internasional Pahala Otomotif (2018-2023)

Berdasarkan data di atas menjelaskan bahwa penjualan produk Expander pada Mitsubishi PT. DIPO Internasional Pahala Otomotif juga mengalami fluktuasi tiap tahunnya, Pada tahun 2019 penjualan Expander mengalami penurunan presentase sebesar -14,71% dan di tahun 2020 penjualan Expander juga mengalami penurunan presentase sebanyak -12,50% dari tahun sebelumnya hal ini disebabkan oleh pandemic Covid-19. Kemudian di tahun 2021 mengalami penaikam penjualan presentase sebanyak 15,67% Pada tahun 2022 Penjualan Expander mengalami kenaikan penjualan sebanyak 27,02%. Kemudian di tahun 2023 mengalami penurunan persentase sebanyak 17,27%. Dapat dilihat dari Data Penjualan Expander Mitsubishi PT.DIPO Internasional Pahala Otomotif pada 5 tahun terakhir dari Tahun 2018-2023 yaitu data penjualan tersebut mengalami fluktuasi penjualan dikarenakan semakin banyaknya persaingan pada Expander

Mitsubishi di Expander Dealer mobil lainnya.

Berdasarkan teori dan uraian fenomena dan masalah maka penulis ingin mengembangkan sebuah penelitian mengenai pengaruh Desain produk, Youtube Advertising, dan harga terhadap keputusan pembelian Expander Mitsubishi Pt.DIPO Internasional Pahala Otomotif dengan judul: **“Pengaruh Desain Produk, Youtube Advertising dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Expander Mitsubishi PT.DIPO Internasional Pahala Otomotif .”**

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka dimungkinkan untuk membuat perumusan masalah yang akan penulis sampaikan sebagai berikut:

1. Apakah Desain Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Expander Mitsubishi pada PT. Dipo Pahala Otomotif Pekanbaru?
2. Apakah *Youtube Advertising* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Expander Mitsubishi pada PT. Dipo Pahala Otomotif Pekanbaru?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Expander Mitsubishi pada PT. Dipo Pahala Otomotif Pekanbaru?
4. Apakah Desain Produk, *Youtube Advertising* dan Harga dapat berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian Expander Mitsubishi pada PT. DIPO Internasional Pahala Otomotif?

1.3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.3.1 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan oleh penulis, kita dapat menarik tujuan yang diinginkan dicapai dari penelitian untuk mengetahui dan menganalisa Pengaruh Desain Produk, *Youtube Advertising* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Expander Mitsubishi PT. DIPO Internasional Pahala Otomotif, diantaranya sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Desain Produk terhadap keputusan pembelian mobil Xpander Mitsubishi pada PT. Dipo Pahala Otomotif Pekanbaru
2. Untuk mengetahui pengaruh *Youtube Advertising* terhadap keputusan pembelian mobil Expander Mitsubishi pada PT. Dipo Pahala Otomotif Pekanbaru
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian mobil Expander Mitsubishi pada PT. Dipo Pahala Otomotif Pekanbaru

1.3.2 MANFAAT PENELITIAN

Setiap penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung. Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini menjadi sarana untuk menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama mengikuti perkuliahan pada jurusan manajemen
2. Sebagai sumbangan pemikiran dan dan informasi serta memberikan saran-saran bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan dalam rangka mempertahankan sekaligus meningkatkan penjualan.

3. Sebagai bahan informasi dan referensi bagi penelitian selanjutnya demi pengembangan ilmu pengetahuan maupun tujuan praktis.

1.4 SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan ini dimaksud agar mempermudah dalam memahami uraian bab-bab yang di uraikan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Bab ini berisi mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab in mengenai variabel penelitian dan definisi operasional penelitian, penentuan sampel penelitian, jenis dan sumber data penelitian dan metode pengumpulan data, metode analisis, dan tahapan pelaksanaan kegiatan penelitia

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini menguraikan tentang sejarah sikat perusahaan

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini merupakan uraian penulius tentang hasil penelitian dan pembahsan tentang pengaruh Desain Produk, *Youtube Advertising* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Exopander Mitsubishi PT. DIPO Internasional Pahala Otomotif.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian dari yang meliputi kesimpulan dari penelitian dan saran yang diperlukan.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh desain produk, youtube advertising dan harga terhadap keputusan pembelian expander Mitsubishi pada PT. DIPO Internasional Pahala Otomotif. Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan berikut ini:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian Expander.
2. Hasil penelitian menunjukkan variable (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian Expander.
3. Hasil penelitian menunjukkan variabel (X3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian Expander.
4. Hasil penelitian menunjukkan variabel desain produk, youtube advertising dan harga bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Expander pada PT. DIPO Internasional Pahala Otomotif.

6.2 SARAN

Berdasarkan pembahasan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka saran-saran yang dapat diambil sebagai berikut:

1. Indikator terendah variabel desain produk adalah indikator mutu desain produk. Saran untuk perusahaan adalah lebih mempertimbangkan desain produk dari dealer-dealer lainnya, supaya para konsumen mudah melihat desain-desain terbaru dari Mitsubishi.
2. Indikator terendah variabel youtube advertising adalah indicator model iklan youtube membangkitkan untuk membeli. Saran untuk perusahaan adalah lebih mempertimbangkan untuk promosi iklan online nya atau youtube advertising nya sehingga membuat penonton melihat lebih menarik.
3. Indikator terendah variabel harga adalah indikator persaingan harga. Saran untuk perusahaan adalah lebih mempertimbangkan persaingan harga dari dealer-dealer lainnya, supaya para konsumen setia untuk berlangganan menggunakan expander Mitdubishi.
4. Indikator terendah variabel keputusan pembelian adalah indikator pemilihan produk. Saran untuk perusahaan ialah sebaiknya perusahaan lebih memperhatikan barang yang dijual serta kuliatasnya agar konsumen tetap yakin mengambil keputusan pembelian barang di Mitsubishi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adamy, M. 2016. **Buku Ajar Manajemen Sumber Daya Manusia Teori, Praktik Dan Penelitian**. Lhokseumawe: Unimal Press,
- Assauri Sofjan. 2014. **Manajemen Pemasaran**. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Goenadhi, L. 2020. **Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian mobil Toyota Avanza di Kota Banjarmasin**. Jurnal Manajemen dan Akuntansi, 12(2), 155-162.
- Husein Umar. 2019. **Metode Riset Manajemen Perusahaan**. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Husein Umar. 2015. **Strategic Management in Action**. Jakarta: PT. Gramedia
- ISTI, S. (2022). **Analisis pengaruh harga dan strategi desain produk terhadap minat beli konsumen pada produk masker kain katun bermotif pada saat pandemi covid-19 dalam perspektif bisnis syariah**. Doctoral dissertation, uin raden intan lampung).
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. **Manajemen pemasaran** Jilid 1. Jakrta: Erlangga.
- Kotler, Keller. 2016. **Marketing Management** 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc
- Kothler, Philip, Amstrong. 2017. **Pemasaran**, Edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta
- Maulana, Ade Syarif. 2016. **Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT. TOI**. Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul, 2016, 7.2
- Madiistriyatno, H. 2017. **Rekonseptualisasi Bauran Pemasaran**. Jakarta: Percetakan Negara.
- Nasution, A. A. 2020. **Pengaruh Persepsi Harga, Desain Produk, dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Xpander (Studi Kasus Pt. Nusantara Berlian Motor Medan)**. Jurnal Ilmiah Simantek, 4(3), 158–166.
- Pratama, A. 2019. **Pengaruh Youtube Advertising Terhadap Respons Konsumen. Inter Community: Journal of Communication Empowerment**, 16-30
- Pratiwi, N. M., & Yasa, N. K. 2019. **Pengaruh Suasana Toko Media Sosial, Pemasaran Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen**. Jurnal Studi Manajemen dan Pemasaran

- Rivaldo, G. 2016. *Analisis Pengaruh Informativeness, Credibility, Entertainment, dan Irritation Terhadap Advertising Value Serta Implikasinya Terhadap Purchase Intention (Telaah Pada Iklan Gillette Mach 3 di Youtube)*. Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen, 8(2), 13-31.
- Sangadji dan Sopiah. 2018. *Manajemen sumber daya manusia strategik*. Yogyakarta: Andi
- Schiffman, Leon and Leslie Lazar Kanuk. 2009. *Perilaku Konsumen*, Edisi ketujuh. Jakarta: Indeks
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Stewart, D.W., Pavlou, P.A., and Ward, S. 2010. *Media influences on marketing communications*. In J. Bryant and D. Zillmann (eds.). Media Effects: Advances in Theory and Research. Hillsdale, NJ: Erlbaum, pp. 353-396. 74.
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2015. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta
- Thamrin Abdullah dan Francis Tantri. 2016. Manajemen Pemasaran, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada