

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL HONDA
MELALUI PT MIZUHO BALIMOR FINANCE CABANG
FATMAWATI**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk memenuhi Salah satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



NAMA : FIKARIANTI AFRILIA

UNIVERSITAS

NIM : 43113310034

MERCU BUANA

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2017

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fikarianti Afrilia

NIM : 43113310034

Program Studi : Manajemen-S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya siap mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini, apabila terbukti melakukan kegiatan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

U N I V E R S I T A S

MERCU BUANA

Jakarta, 24 Juli 2017



Fikarianti Afrilia

NIM : 43113310034

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

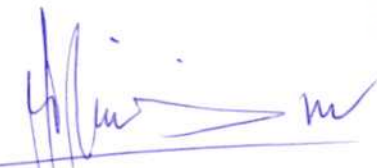
Nama : Fikarianti Afrilia
NIM : 43113310034
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Pengaruh Kualitas Produk, dan Citra Merek
Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda
Melalui PT. Mizuho Balimor Finance Cabang
Fatmawati

Tanggal Lulus Ujian : 28 Agustus 2017

Disahkan oleh,

Pembimbing,

Ketua Penguji,



Hirdinis M., SE, MM

Tanggal : 1 September 2017



Dra Yanti Murni, MM

Tanggal : 09 September 2017

Dekan,
Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi
S1 Manajemen,



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA

Tanggal : 11 September 2017



Dudi Permana, MM., Ph.D

Tanggal : 11/9-2017

ABSTRACT

EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE ON DECISION OF PURCHASE OF HONDA CAR THROUGH PT. MIZUHO BALIMOR FINANCE FATMAWATI BRANCH

Oleh
FIKARIANTI AFRILIA
43113310034

The purpose of this study is to determine the effect of product quality, brand image of purchasing decisions at PT. Mizuho Balimor Finance Fatmawati Branch. The research method used in this research is descriptive associative with quantitative approach, that is by describing the condition of respondent and the description of research variables in the frequency table and the percentage of the spread of the questionnaire through the procedure of data analysis. Population in this research is all customer of Honda at PT. Mizuho Balimor Finance Fatmawati Branch and the sample in this study amounted to 100 respondents. Data analysis techniques use validity test, reliability test, classical assumption test, coefficient of determination, simple linear regression, multiple linear regression, significance test (t test) and F test. The result of research shows that: (1) There is positive and significant influence between product quality to purchasing decision, (2) There is positive and significant influence between brand image to purchasing decision, (3) There is positive and significant influence between product quality variable And brand image together with the purchase decision.

U N I V E R S I T A S

MERCU BUANA

Keywords: Product Quality, Brand Image and Purchase Decision

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL HONDA MELALUI PT. MIZUHO BALIMOR FINANCE CABANG FATMAWATI

Oleh
FIKARIANTI AFRILIA
43113310034

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek terhadap keputusan pembelian di PT. Mizuho Balimor Finance Cabang Fatmawati. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif Asosiatif dengan pendekatan kuantitatif, yaitu dengan mendeskripsikan keadaan responden serta deskripsi variabel penelitian dalam tabel frekuensi dan presentase dari hasil penyebaran kuesioner tersebut dengan melalui prosedur analisis data. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh customer Honda di PT. Mizuho Balimor Finance Cabang Fatmawati dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, koefisien determinasi, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji signifikansi (uji t) dan Uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian, (2) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian, (3) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kualitas produk dan citra merek secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Kualitas Produk, Citra Merek dan Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL HONDA MELALUI PT MIZUHO BALIMOR FINANCE CABANG FATMAWATI**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Hirdinis, M, SE, MM., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti haturkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi terutama kepada :

1. Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si, CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Muhamad SE, MM selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Kampus D.

5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Bekasi yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Kedua orang tua tercinta, sangat peneliti cintai dan sayangi, yang telah menemani, memberikan semangat dan doa yang tiada henti-hentinya kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
7. Seluruh rekan seperjuangan mahasiswa dan mahasiswi Manajemen 2013 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Bekasi yang telah memberikan semangat dan motivasi agar dapat melaksanakan sidang dan wisuda bersama.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya waktu. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti.

Jakarta, 24 Juli 2017

Peneliti

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A
(FIKARIANTI AFRILIA)

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	7
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	7
1. Tujuan Penelitian	7
2. Kontribusi Penelitian	8
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN	
 PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	9
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	9
2. Pengertian Kualitas Produk	17
3. Pengertian Citra Merek.	21
4. Penelitian Terdahulu	25
B. Rerangka Pemikiran	28
C. Pengembangan Hipotesis	29

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	31
B. Desain Penelitian.....	31
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	32
1. Definisi Variabel.....	32
2. Operasionalisasi Variabel.....	32
D. Pengukuran Variabel.....	35
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	36
1. Populasi Penelitian.....	36
2. Sampel Penelitian.....	37
F. Teknik Pengumpulan Data.....	37
G. Metode Analisis Data.....	38
1. Statistik Deskriptif.....	38
2. Uji Kualitas Data.....	38
a. Uji Validitas.....	38
b. Uji Reliabilitas.....	38
3. Uji Asumsi Klasik.....	39
a. Uji Normalitas.....	39
b. Uji Multikolonieritas.....	39
c. Uji Heteroskedastisitas.....	39
4. Uji Hipotesis.....	40
a. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	40
b. Uji F.....	41
c. Uji Signifikansi (Uji Statistik t).....	41
d. Uji Kesesuaian model (R^2).....	42

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
1. Karakteristik Profil Responden.....	44
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	45

c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	45
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	45
C. Hasil Uji Kualitas Data	48
1. Hasil Uji Validitas.....	49
2. Hasil Uji Reliabilitas	51
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	53
1. Hasil Uji Normalitas.....	53
2. Hasil Uji Multikolonieritas.....	54
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	55
E. Hasil Uji Persamaan Linier Berganda	56
F. Hasil Uji Kesesuaian Model.....	57
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	57
2. Hasil Uji F Anova.....	58
G. Hasil Uji Hipotesis	59
1. Hasil Uji Signifikansi (Uji Statistik t).....	59
H. Pembahasan Hasil Penelitiain.....	61

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	63
B. Saran.....	64

DAFTAR PUSTAKA	65
-----------------------------	----

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1.1	Tabel Data Penjualan	4
1.2	Pangsa Pasar Industri mobil	6
2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	26
2.2	Penelitian Internasional	27
3.1	Definisi Operasional Variable	32
4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.2	Responden Berdasarkan Usia	44
4.3	Responden Berdasarkan Pendidikan	44
4.4	Distribusi Jawaban Kualitas Produk	45
4.5	Distribusi Jawaban Citra Merek	46
4.6	Distribusi Jawaban Keputusan Pembelian	47
4.7	Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	48
4.8	Citra Merek	49
4.9	Uji Validitas Keputusan Pembelian	50
4.10	Uji Realibilitas Variable Kualitas Produk	51
4.11	Uji Realibilitas Variable Citra Merek	51
4.12	Uji Realibilitas Variable Keputusan Pembelian	52
4.13	Kolmogorof-Smirnov Test	53
4.14	Uji Multikolinearitas	53
4.15	Uji Heteroskedastisitas	54
4.16	Uji Regresi Berganda	55
4.17	Uji Koefisien Determinasi	57
4.18	Uji Anova	57

4.19	Uji t Kualitas Produk	58
4.20	Uji t Citra Merek	59



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

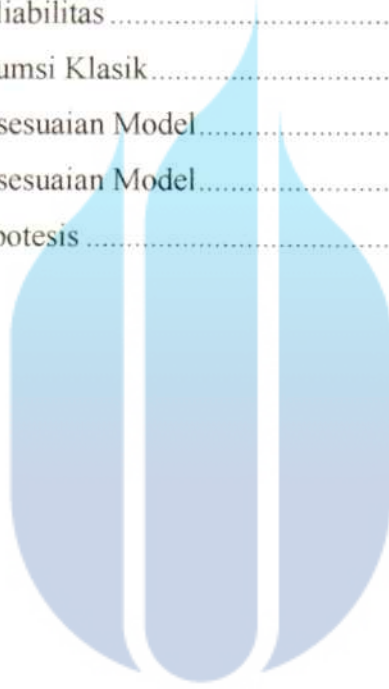
2.1	Model Rangsangan Tanggapan Keputusan pembelian.....	16
2.2	Rerangka Pemikiran.....	29
4.1	Grafik Scatterplot.....	55



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner.....	64
Lampiran 2	Hasil Kuesioner	68
Lampiran 3	Hasil Statistik Deskriptif.....	84
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas.....	85
Lampiran 5	Hasil Uji Reliabilitas	88
Lampiran 6	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	89
Lampiran 7	Hasil Uji Kesesuaian Model.....	91
Lampiran 8	Hasil Uji Kesesuaian Model.....	92
Lampiran 9	Hasil Uji Hipotesis	93



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA