

**PENGARUH HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA VARIO**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen – Strata 1

Nama : Muhamad Fariz Kelly

NIM : 43109010066



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2013

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhamad Fariz Kelly

NIM : 43109010066

Program Studi : Manajemen – Strata I

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 31 Juli 2013



(Muhamad Fariz Kelly)

NIM : 43109010066

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhamad Fariz Kelly
NIM : 43109010066
Program Studi : Manajemen – Strata 1
Judul Skripsi : Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan
Pembelian Sepeda Motor Honda Vario
Tanggal Lulus Ujian : 31 Juli 2013

Disahkan oleh:

Pembimbing Skripsi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Dra. Yuli Harwani, MM)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Dr. Wiwik Utami, Ak., CA)

Ketua Program Studi Manajemen–S1



(Dr. Rina Astini, SE, M.Si)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor

Honda Vario

Dipersiapkan dan Disusun Oleh:

Muhamad Fariz Kelly

43109010066

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 31 Juli 2013

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi




(Dra. Yuli Harwani MM)

Anggota Dewan Penguji



(Zulfitri. MM)

Anggota Dewan Penguji



(Daru Asih, SE M.Si)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan segala Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario”.

Penyusunan skripsi ini penulis laksanakan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan tugas akhir program strata satu dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana.

Skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan tuntunan Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan, dan tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ayah dan Mamah tercinta, Ayah Kemal Mahmud dan Mamah Yuli Helni yang selalu memberikan terbaik, doa yang tak pernah berhenti, bimbingan, nasihat, cinta dan kasih sayang yang tak ternilai, ilmu dan segalanya yang telah diberikan.
2. Adikku tercinta, Muhammad Firza Kelly, dan Muhammad Farhan Dihan Kelly yang selalu memberikan warna, selalu mengiringi doa dan kasih sayang.
3. Ibu Yuli Harwani, Dra, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu sabar dan sangat membantu dalam proses pembuatan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik.

4. Bapak Dr. Ir. Arissetyanto Nugroho, MM. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Dr. Wiwik Utami, SE. Ak. MS. selaku Dekan Fakultas Ilmu Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
6. Ibu Dr. Rina Astini SE, M.Si selaku Kepala Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat.
8. Kekasih tercinta Dwita Aprinta Cahyaningtyas yang selalu setia menemani, selalu menyemangati, selalu sabar, memberikan perhatian yang luar biasa, kasih sayang dan doa untuk selama ini.
9. Teman-teman Manajemen angkatan 2009, 18+, Indra erot, Boyor, Seprol, Relfin, Haykal, Irul, Tompel, Guntar, Ikbal, Ary, Helmi, Danang, Andrianto, ii, Indah untuk dukungan, bantuan, keceriaan yang kalian berikan.
10. Team Begadang, Ipil, Takim, Tio, John, Potel, Uto, Ambon, Boboy, Boro, Gembel, Adam, Bocung, Uchan, Niza, Via untuk persahabatan yang tidak akan pernah terlupakan.
11. Abang Gembul (Febriansyah) dan Koswara atas bantuannya dan keceriaannya dalam melaksanakan penyusunan skripsi ini.
12. Seluruh pihak yang telah membantu. Namun tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, terimakasih atas doa dan motivasinya sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, sehingga sangat diharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi sempurnanya skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Jakarta, 31 Juli 2013

Penulis

Muhamad Fariz Kelly



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	Iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	Ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Pembatasan Masalah.....	8
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	9
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Pengertian Pemasaran.....	11

2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	12
2.2.1 Bauran Pemasaran.....	13
2.3 Harga.....	16
2.3.1 Pengertian Harga.....	16
2.3.2 Penetapan Harga.....	17
2.3.3 Faktor faktor yang Mempengaruhi Harga.....	19
2.3.4 Metode Penetapan Harga.....	19
2.4 Merek.....	23
2.4.1 Pengertian Merek.....	23
2.4.2 Enam Tingkatan Merek.....	24
2.4.3 Manfaat Merek.....	25
2.4.4 Citra Merek.....	27
2.4.5 Membangun Citra Merek.....	28
2.5 Perilaku Konsumen.....	29
2.5.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	29
2.5.2 Pengambilan Keputusan Konsumen.....	32
2.5.3 Keputusan Pembelian.....	33
2.6 Penelitian Terdahulu.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	41
3.1 Objek Penelitian.....	41

3.2 Desain Penelitian.....	41
3.3 Hipotesis.....	42
3.4 Skala Pengukuran Variabel.....	42
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	43
3.6 Jenis dan Sumber Data.....	45
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	45
3.8 Populasi Penelitian dan Sampel Penelitian.....	46
3.8.1 Populasi Penelitian.....	46
3.8.2 Sampel Penelitian.....	46
3.9 Teknik Analisis Data.....	47
1. Uji Validitas	47
2. Uji Reliabilitas	47
3.10 Metode Analisis Data	48
3.10.1 Analisa Regresi Linier Berganda.....	48
3.10.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	49
3.11 Uji Asumsi Klasik.....	49
1. Uji Normalitas.....	49
2. Uji Heteroskedastisitas.....	50
3. Uji Multikolinieritas.....	51
3.12 Uji Hipotesis.....	52
1. Uji Parsial (Uji t).....	52

2. Uji Simultan (Uji f).....	52
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Karakteristik Responden.....	54
4.1.1 Responden Menurut Jenis Kelamin.....	54
4.1.2 Responden Menurut Usia.....	55
4.1.3 Responden Menurut Lama Pemakaian.....	56
4.1.4 Responden Uang Saku Perbulan.....	57
4.2 Uji Validitas.....	58
4.3 Uji Realibitas.....	61
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	62
4.5 Uji Koefisien Determinasi	63
4.6 Uji Asumsi Klasik.....	64
4.6.1 Uji Normalitas.....	64
4.6.2 Uji Heteroskedasititas.....	65
4.6.3 Uji Multikolinieritas.....	66
4.7 Statistik Deskriptif.....	67
4.8 Hipotesis.....	68
4.8.1 Uji f (Simultan).....	68
4.8.2 Uji t (Parsial).....	69
4.9 Pembahasan.....	70

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN.....	78
Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	
Lampiran 2: Hasil Kuesioner	
Lampiran 3: Pengolahan Data SPSS	



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

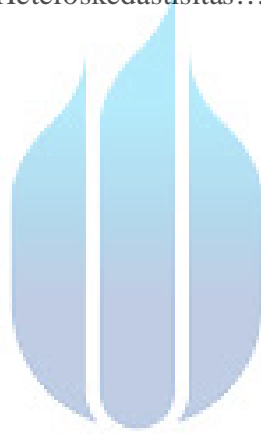
	Halaman
Tabel 1.1 Penjualan Sepeda Motor di Indonesia bulan Januari dan Februari 2013.....	5
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	44
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan lama Pemakaian.....	56
Tabel 4.4 Responden Uang Saku.....	57
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Kuesioner Harga.....	58
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Kuesioner Citra Merek.....	59
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas kuesioner Keputusan Pembelian....	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4.9 Uji Regresi Linear Berganda	62
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas.....	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolonieritas.....	66
Tabel 4.13 Hasil Statistik Deskriptif.....	67

Tabel 4.14 Hasil Uji f (Uji Simultan).....	69
Tabel 4.15 Hasil Uji t (Uji Parsial).....	69



DAFTAR GAMBAR

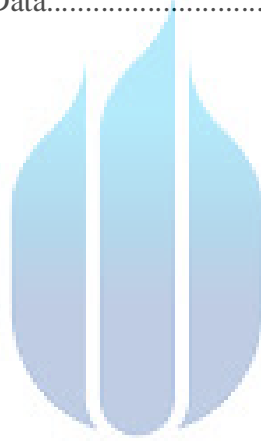
	Halaman
Gambar 2.1 Pengambilan Keputusan Konsumen.....	33
Gambar 2.1 Tahap Proses Membeli.....	34
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	67



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	79
Lampiran 2 Hasil Kuesioner.....	82
Lampiran 3 Pengujian Data.....	94



UNIVERSITAS
MERCU BUANA