

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR HONDA VARIO PADA PT ARTHA
SENTRA OTO**

SKRIPSI



Nama : Rina Andriani

NIM : 43116320006

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR HONDA VARIO PADA PT ARTHA
SENTRA OTO**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana Bekasi



Nama : Rina Andriani

NIM : 43116320006

MERCU BUANA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rina Andriani

NIM : 43116320006

Program Studi : Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 20 Desember 2020


Rina Andriani
NIM 43116320006



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rina Andriani
NIM : 43116320006
Program Studi : SI Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda Vario pada PT Artha Sentra Oto.

Tanggal Lulus Ujian : 06 Februari 2021

Disahkan oleh :

Pembimbing



Eri Marlapa, SE, MM
Tanggal : 13 Februari 2021

Ketua Penguji



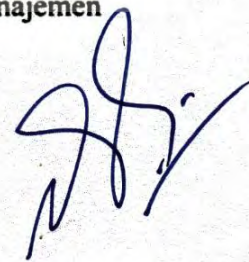
Andriansyah Bachtillah Putra, SE., MM
Tanggal : 12 Februari 2021

Dekan



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS
Tanggal : 19 Maret 2021

Ketua Program Studi
SI Manajemen



Dr. Daru Asih, M.Si
Tanggal : 19 Maret 2021

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel Kualitas Produk, Citra Merek dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian motor Honda Vario di PT Artha Sentra Oto. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan menggunakan desain penelitian kausal. Teknik pengambilan sampel ini menggunakan metode *purposive sampling* dan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS v.23. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Desain Produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Desain Produk, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of variable Product Quality, Brand Image and Product Design on Purchasing Decisions. The population in this study were all consumers who purchased a Honda Vario motorcycle at PT Artha Sentra Oto. The number of samples used was 100 respondents using a causal research design. This sampling technique used purposive sampling method and hypothesis testing using multiple linear regression analysis using SPSS v.23. The results of this study state that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions, product design has a positive and insignificant effect on purchasing decisions.

Keywords : *Product Quality, Brand Image, Product Design, Purchase Decision*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas rahmat dan karunia Allah SWT, sehingga dengan izin- Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi. Skripsi yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario pada PT Artha Sentra Oto**”. Proposal skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti khususnya dari Bapak Eri Marlapa, SE. MM, selaku dosen pembimbing dan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterimakasih kepada semua pihak yang telah membantu, terutama kepada :

1. Eri Marlapa, SE, MM selaku Sekprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
2. Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, M.S selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Harnovinsyah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Daru Asih, M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
6. Kedua orang tua saya yang telah memberikan semangat serta do'anya sepanjang waktu.
7. Rekan-rekan manajemen bisnis, terima kasih atas dukungan dan semangatnya.
8. Seluruh Staff dan customer PT Artha Sentra Oto, yang telah bersedia membantu dan menjadi responden pada penelitian ini.

Penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 20 November 2020

Rina Andriani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kontribusi Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
A. Kajian Pustaka	9
1. Manajemen Pemasaran	9
a. Pengertian Manajemen Pemasaran	9
b. Fungsi Manajemen Pemasaran	10
2. Keputusan Pembelian	11
a. Pengertian Keputusan Pembelian	11
b. Indikator Keputusan Pembelian	12
3. Variabel Kualitas Produk	15
a. Pengertian Kualitas Produk	15
b. Indikator Kualitas Produk	15
4. Variabel Citra Merek	17
a. Pengertian Citra Merk	17
b. Indikator Citra Merk	18

5.	Variabel Desain Produk	18
a.	Pengertian Desain Produk	18
b.	Indikator Desain Produk	19
6.	Penelitian Terdahulu	21
B.	Pengembangan Hipotesis	27
1.	Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.	Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	27
3.	Hubungan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	27
BAB III	METODE PENELITIAN	29
A.	Waktu dan Tempat Penelitian	29
B.	Desain Penelitian	29
C.	Definisi dan Operasional Variabel	29
1.	Definisi Variabel	29
2.	Definisi Operasional Variabel	30
D.	Skala Pengukuran Variabel	33
E.	Populasi dan Sampel Penelitian	34
1.	Populasi	34
2.	Sampel	34
F.	Metode Pengumpulan Data	36
G.	Metode Analisis Data	36
1.	Analisis Deskriptif	37
a.	Gambaran Umum Objek Penelitian	38
b.	Deskripsi Responden	39
c.	Deskripsi Variabel	39
2.	Uji Instrumen	39
a.	Uji Validitas	39
b.	Uji Reabilitas	40
3.	Uji Asumsi Klasik	40
a.	Uji Normalitas	40
b.	Uji Linieritas	41

c. Uji Multikolinearitas	42
d. Uji Heteroskedastisitas	42
4. Uji Kesesuaian Model	43
a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	43
b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik f)	44
5. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	44
6. Uji Hipotesis.....	45
a. Uji Parsial (Uji t)	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
A. Analisis Deskriptif	47
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	47
2. Deskripsi Responden	47
3. Deskripsi Variabel	50
B. Hasil Uji Instrumen	52
1. Hasil Uji Validitas	52
2. Hasil Uji Reliabilitas	54
C. Hasil Uji Asumsi Klasik	55
1. Hasil Uji Linieritas.....	55
2. Hasil Uji Normalitas.....	57
3. Hasil Uji Multikolinieritas	59
4. Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
D. Hasil Uji Kesesuaian Model	60
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	61
2. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik f)	61
E. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	62
F. Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	63
G. Pembahasan Hasil Penelitian	65
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	65
2. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	66
3. Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan	

Pembelian	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
A. Simpulan	68
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	74



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data Penjualan Honda matic Vario Perusahaan PT Oto periode tahun 2018-2019	2
1.2	Data Penjualan Honda matic PCX Perusahaan PT Oto periode tahun 2018-2019	3
1.3	Data Penjualan Honda matic Beat Perusahaan PT Oto periode tahun 2018-2019	3
1.4	Data Penjualan Honda matic Beat Perusahaan PT Oto periode tahun 2018-2019	3
1.5	Data Jumlah Hasil Pra-Survey Variabel	4
2.1	Penelitian Terdahulu	21
3.1	Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk	31
3.2	Operasionalisasi Variabel Citra Merk	32
3.3	Operasionalisasi Variabel Desain Produk	32
3.4	Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian	33
3.5	Pengukuran Skala Likert	34
4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.2	Responden Berdasarkan Usia	48
4.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
4.4	Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	49
4.5	Hasil Uji Statistik Deskriptif	50
4.6	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_1)	52
4.7	Hasil Uji Validitas Citra Merek (X_2)	53
4.8	Hasil Uji Validitas Citra Merek (X_3)	53
4.9	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	54
4.10	Hasil Uji Reliabilitas	54
4.11	Hasil Uji Linieritas Kualitas Produk (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	55
4.12	Hasil Uji Linieritas Citra Merek (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	56
4.13	Hasil Uji Linieritas Desain Produk (X_3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	56
4.14	Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov Smirnov	57
4.15	Hasil Uji Multikolinieritas	59
4.16	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	61
4.17	Hasil Uji F (ANOVA)	61
4.18	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	62
4.19	Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Rerangka Konseptua	26
4.1	Hasil Uji Normalitas dengan P-P Plot	57
4.2	Hasil Uji Normalitas dengan Histogram	58
4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1	: Kuesioner	74
Lampiran 2	: Hasil Kuesioner	80
Lampiran 3	: Hasil Output SPSS v.23	93

