

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA
SUPRA X**

(Studi Pada Daerah Meruya Jakarta Barat)

SKRIPSI



Nama : Aresti

NIM : 43116120133

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2021**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA
SUPRA X**

(Studi Pada Daerah Meruya Jakarta Barat)

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



UNIVERSITAS
Nama : Aresti
MERCU BUANA
NIM : 43116120133

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2021**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aresti
NIM : 43116120133
Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dan hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuannya 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, 18 Agustus 2021



Aresti

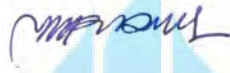
43116120133

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Aresti
NIM : 43116120133
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA SUPRA X (studi pada Daerah Meruya Jakarta Barat)
Tanggal Sidang : 3 November 2021

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Tafiprios, SE.,MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA 11210784



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan segala hikmat dan berkat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda, Studi pada Daerah Meruya Jakarta Barat”**. Penulisan skripsi ini adalah syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan Dr. Tafiprios, SE, MM . selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat pengetahuan dan nasehat yang sangat bermanfaat kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. H. Sonny Indrajaya, MM. Selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

5. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa dan dukungan moral, serta memberikan banyak inspirasi yang tiada henti-hentinya kepada penulis. Sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
6. Sahabat saya seperjuangan program studi Manajemen. Ismawati, Sulistianingsih dan Rani Novita Sari yang sudah memberikan semangat dan ilmu dalam pembuatan skripsi ini
7. Kepada kakak – kakak saya yang sudah memberikan semangat dan ilmu dalam pembuatan skripsi ini
8. Seluruh Responden Wilayah Meruya Jakarta Barat



Jakarta, 18 Agustus 2021

A handwritten signature in blue ink, appearing to be the name 'Aresti', written in a cursive style.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Aresti

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Kontribusi Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	15
A. Manajemen Pemasaran	15
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	15
2. Faktor Manajemen Pemasaran	17
B. Citra Merek	19
1. Pengertian Citra Merek	19
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek	19
3. Dimensi dan Indikator Citra Merek	20
C. Kualitas Pelayanan.....	21
1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	21
2. Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan.....	22
D. Promosi	23

1. Pengertian Promosi	23
2. Dimensi dan Indikator Promosi	24
E. Keputusan Pembelian.....	25
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	25
2. Tahapan-Tahapan Keputusan Pembelian.....	26
3. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian.....	27
F. Penelitian Terdahulu.....	29
G. Pengembangan Hipotesis.....	32
1. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	32
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	33
3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
H. Kerangka Konseptual.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	36
1. Waktu penelitian dan Tempat Penelitian	36
B. Desain Penelitian	36
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	37
1. Definisi Variabel.....	37
2. Operasional Variabel.....	38
D. Skala Pengukuran	42
E. Populasi dan Sampel Penelitian	42
1. Populasi Penelitian.....	42
2. Sampel Penelitian.....	43
F. Metode Pengumpulan Data	43
G. Jenis Data Penelitian.....	44
H. Metode Analisis Data	44
1. Analisis <i>Partial Least Square</i>	46
a. Pengertian <i>Partial Least Square</i>	46
b. Menguji Model Pengukuran (Outer Model	47
c. Menguji Model Struktural (Inner Model	50

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Analisis Deskriptif.....	51
1. Gambaran Umum Perusahaan.....	51
2. Deskripsi Responden.....	52
3. Deskriptif Variabel.....	54
B. Hasil Uji Kualitas Data.....	59
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (Outer Model).....	59
2. Hasil Pengujian Model Struktural (Inner Model).....	67
C. Hasil Pengujian Hipotesis.....	69
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	70
1. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	70
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	70
3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data Penjualan Sepeda Motor	2
1.2	Top Brand Index	5
1.3	Data Penjualan Sepeda Motor All Honda Supra X.....	7
1.4	Hasil survey pendahuluan	9
2.1	Penelitian Terdahulu	29
3.1	Operasionalisasi Variabel Citra Merek	38
3.2	Operasionalisasi Variabel Kualitas Pelayanan.....	39
3.3	Operasionalisasi Variabel Promosi	40
3.4	Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian.....	41
3.5	Skala Likert.....	42
4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	53
4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	53
4.6	Deskripsi Variabel Citra Merek	54
4.6	Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan	55
4.7	Deskripsi Variabel Promosi	57
4.8	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	58
4.9	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	59
4.10	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity (Modifikasi)</i>	62

4.11	Hasil Pengujian <i>Discriminan Validity (Cross Loading)</i>	64
4.12	Hasil Pengujian <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	66
4.13	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i>	67
4.14	Hasil Pengujian Cronbach's Alpha	67
4.15	Hasil Nilai R ² Variabel Endogen.....	67
4.16	Hasil Pengujian Hipotesis	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Pra Survey Penelitian Terdulu	8
2.1	Kerangka Konseptual	35
4.1	Hasil Algoritma PLS	61
4.2	Hasil Algoritma PLS (modifikasi)	65
4.3	Hasil <i>Bootstraping</i>	68



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1.	Kuesioner	78
2.	Hasil Kuesioner	85
3.	Hasil Ouput PLS	115
4.	<i>Chart</i>	119

