

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SPAREPART SEPEDA KENBIKE DI PATI JAWA TENGAH**

SKRIPSI



Nama : Etri Apriliawati

Nim : 43118310088

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

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

JAKARTA

2022

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SPAREPART SEPEDA KENBIKE DI PATI JAWA TENGAH**

SKRIPSI

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



Nama : Etri Apriliawati

Nim : 43118310088

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

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

2022

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Etri Apriliawati

NIM : 43118310088

Program Studi : S1 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 apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 07 Juli 2022



Etri Apriliawati
43118310088

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Etri Apriliawati
NIM : 43118310088
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,
PROMOSI, DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SPAREPART SEPEDA
KENBIKE DI PATI JAWA TENGAH
Tanggal Sidang : 10 Agustus 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Andriansyah Bachtillah Putra, SE., MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Manajemen

Ketua Program Studi S1



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA
08221405



Please Scan
QRCode to
Verify

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sparepart Sepeda Kenbike”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar 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 Andriansyah Bachtillah Putra, SE, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat yang diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti ucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Harwikarya, M.T., selaku PLT Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

4. Bapak Eri Marlapa, SE., MM., selaku Sekretaris Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Muhammad, SE., MM., selaku dosen Tugas Akhir, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.
6. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu, Amin.
7. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama peneliti kuliah.
8. Alm. Bapak Warsono dan Ibu Aisah selaku kedua orang tua saya, tiada kata yang dapat mewakili atas dukungan, kasih sayang, materi serta pengorbanan yang tiada henti selalu mendukungku, serta doa yang senantiasa ada dan terus mengalir tanpa batas. Dan semoga sehat selalu di beri kesempatan melihat ku sukses amin.
9. Elinawati dan Ela Kurniawati selaku saudara perempuan saya, yang selalu mendukung dan menolong saya dalam segi apapun khusus nya dalam skripsi ini.
10. Terimakasih untuk Antika, Anisa, Debo, yang sudah selalu bersama dan mendukung saya, semoga sukses buat kita.

11. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2018 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian dan cita-cita kita.
12. kepada penulis terimakasih memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. 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 dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Bekasi, 07 Juli 2022

Etri Apriliawati

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kontribusi Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	13
A. Kajian Pustaka	13
1. Manajemen Pemasaran	13
a. Definisi Manajemen Pemasaran	13
b. Bauran Pemasaran	14
2. Keputusan Pembelian	15
a. Definisi Keputusan Pembelian	15
b. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	17
c. Dimensi Keputusan Pembelian	20
d. Indikator Keputusan Pembelian	22
3. Kualitas Produk	23
a. Definisi Kualitas Produk	23
b. Alasan Memproduksi Produk Berkualitas	26
c. Faktor-faktor Kualitas Produksi	28
d. Dimensi Kualitas Produksi	30
e. Indikator Kualitas Produksi	31
4. Promosi	32

a.	Definisi Promosi.....	32
b.	Bauran Promosi.....	34
c.	Jenis Promosi.....	37
d.	Tujuan Promosi.....	38
e.	Manfaat Promosi.....	39
f.	Dimensi Promosi.....	39
g.	Indikator Promosi.....	40
5.	Citra Merek.....	41
a.	Definisi Citra Merek.....	41
b.	Faktor-faktor Pembentuk Citra Merek.....	43
c.	Tujuan Citra Merek.....	44
d.	Manfaat Citra Merek.....	44
e.	Dimensi Citra Merek.....	46
f.	Indikator Citra Merek.....	48
6.	Penelitian Terdahulu.....	49
B.	Kerangka Konseptual.....	54
C.	Pengembangan Hipotesis.....	56
BAB III METODE PENELITIAN.....		59
A.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	59
B.	Desain Penelitian.....	59
C.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	59
1.	Definisi Variabel.....	59
2.	Operasional Variabel.....	61
D.	Populasi dan Sampel.....	64
E.	Skala Pengukuran Variabel.....	66
F.	Metode Pengumpulan Data.....	68
G.	Metode Analisis Data.....	69
1.	Analisis Deskriptif.....	69
2.	Uji Instrumen.....	69
a.	Uji Validitas.....	69
b.	Uji Reliabilitas.....	71
3.	Uji Asumsi Klasik.....	71
a.	Uji Normalitas.....	71
b.	Uji Multikolinieritas.....	72
c.	Uji Heteroskedastisitas.....	73
d.	Uji Linearitas.....	73
4.	Uji Kesesuain Model.....	73
a.	Koefisien Determinasi (R^2).....	73
b.	Uji <i>F Analysis of Varian</i> (ANOVA).....	74
5.	Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	75
6.	Uji Hipotesis.....	75
a.	Uji Parsial (Uji Statistik t).....	75

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	77
A. Analisis Deskriptive	77
1. Gambaran Umum Perusahaan	78
B. Hasil Penelitian	78
1. Karakteristik Profil Responden	78
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	79
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	79
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	80
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	81
e. Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan	81
f. Karakteristik Responden Berdasarkan pendapatan	82
2. Deskripsi Variabel	82
a. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian	84
b. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Kualitas Produk.....	84
c. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Promosi .	85
d. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Citra Merek.....	86
C. Hasil Uji Kualitas Data.....	87
1. Hasil Uji Validitas	87
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	89
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	90
1. Hasil Uji Normalitas	90
2. Hasil Uji Multikolonieritas	91
3. Hasil Uji Heterokedastisitas	92
4. Hasil Uji Linearitas	93
E. Hasil Uji Kesesuaian Modal.....	94
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	94
2. Hasil Uji F Analysis Of Varian (ANOVA)	95
F. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda.....	95
G. Hasil Uji Hipotesis	97
1. Hasil Uji Parsial (Uji Statistik t).....	97
H. Pembahasan Hasil Penelitian	99
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	103
A. Simpulan.....	103
B. Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	113

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Data Produk Sparepart Sepeda Kenbike di Pati Jawa Tengah	19
1.2 Data Pendapatan Kenbike di Pati Jawa Tengah Agustus 2020 – Juli 2021 ..	19
1.3 Merek Lokal Sparepart Sepeda di Jawa Tengah.....	21
1.4 Hasil Prasuvey Kualitas Produk	22
1.5 Hasil Prasuvey Promosi	23
1.6 Hasil Prasuvey Citra Merek	26
2.1 Penelitian Terdahulu	65
3.1 Operasional Variabel Keputusan Pembelian	77
3.2 Operasional Variabel Kualitas Produk.....	78
3.3 Operasional Variabel Promosi.....	79
3.4 Operasional Variabel Citra Merek	80
3.5 Skala Likert.....	83
3.6 Gambaran Skala Likert dalam Bnetuk ceklis	84
4.1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	95
4.2 Responden berdasarkan usia.....	95
4.3 Responden berdasarkan Pendidikan.....	96
4.4 Responden berdasarkan Pekerjaan.....	97
4.5 Responden berdasarkan penggunaan Produk	97
4.6 Responden berdasarkan Pendapatan	98
4.7 Kriteria Interpretasi Skor.....	99
4.8 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Keputusan Pembelian	100
4.9 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Kualitas Produk	100
4.10 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Promosi.....	101
4.11 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Citra Merek.....	102
4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	103

4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	104
4.14 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	104
4.15 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	105
4.16 Hasil Uji Reabilitas	106
4.17 Hasil Uji Normalitas	107
4.18 Hasil Uji Multikolonieritas.....	108
4.19 Hasil Uji Heterokedastisitas	108
4.20 Hasil Uji Linearitas	109
4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	110
4.22 Hasil Uji F Analysis Of Varian (ANOVA)	111
4.23 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	112
4.24 Hasil Uji Parsial (Uji Statistik)	115



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Perbandingan Tren Sepeda Selama Pnademi	17
1.2 Data Prasurvey Variabel.....	24
2.1 Model Lima Tahap Proses Membeli	34
2.2 Kerangka Konseptual	72
4.1 Logo Kenbike	94



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 Pra Survey	114
2 Hasil Prasurvey	115
3 Kuisisioner	116
4 Hasil Kuisisioner	122
5 Hasil Karakteristik Responden	132
6 Hasil Uji Statistik Deskriptif	133
7 Hasil Uji Validitas.....	135
8 Hasil Uji Reabilitas	142
9 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	143
10 Hasil Uji Kesesuaian Model.....	144
11 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda dan Uji t	145
12 t Tabel.....	146
13 f Tabel	147



UNIVERSITAS
MERCU BUANA