

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA  
MOTOR VESPA MATIC PIAGGIO**

**SKRIPSI**



Nama : Dirga Sukma

Nim 43115010021

**Program Studi Manajemen S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2020**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA  
MOTOR VESPA MATIC PIAGGIO**

**SKRIPSI**

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



Nama : Dirga Sukma

Nim 43115010021

**Program Studi Manajemen S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2020**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dirga Sukma

NIM : 43115010021

Program Studi : SI Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 7 Juli 2019



Dirga Sukma

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

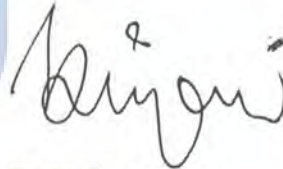
Nama : Dirga Sukma  
NIM : 43115010021  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK  
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SEPEDA MOTOR VESPA MATIC PIAGGIO

Tanggal Lulus Ujian :

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi,

Ketua Penguji,



Arief Bowo Prayoga Kasmu, S.E., M.M Ph.D.

Priyono, SE., ME.

Tanggal : Oktober 2020

Tanggal : 19 Oktober 2020

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi S1 Manajemen,



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

Tanggal :



Dr. Daru Asih, M.Si

Tanggal :

## ***ABSTRACT***

*This study reveals that there are four variables that aim to find out the brand image ,product quality and perceived price of the Vespa matic piaggio motorcycle. Respondents in this study are people who have used vespa matic piaggio motorbikes. This research was conducted on 80 respondents using quantitative approach. Analysis of the data used is multiple linear regression with PLS statistical software tools. The result of this study that the brand image test does not significantly influence the quality of Vespa matic piaggio motorcycle products. The price has a significant effect on the decision to purchase a Vespa matic Piaggio motorcycle.*

*Keywords: Brand image, Product quality, Price, Purchase decision, Vespa matic Piaggio motorcycle*



## **ABSTRAK**

Penelitian ini mengungkapkan ada empat variable yang bertujuan untuk mengetahui citra merek, kualitas produk dan harga yang dirasakan terhadap keputusan pembelian sepeda motor vespa matic piaggio. Responden pada penelitian ini adalah masyarakat yang sudah menggunakan sepeda motor vespa matic piaggio. Penelitian ini dilakukan terhadap 80 responden dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan alat bantu software statistik PLS. Hasil penelitian ini bahwa secara uji citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap kualitas produk sepeda motor vespa matic piaggio. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor vespa matic piaggio

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian, Sepeda Motor Vespa Matic Piaggio



## KATA PENGANTAR

**Assalamu'alaikum Wr. Wb**

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal ini dengan judul “ **Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Vespa Matic Piaggio**”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

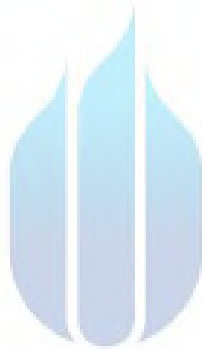
Penulis menyadari bahwa penyusunan Proposal ini tidak lepas dari bimbingan Bapak Arief Bowo Prayoga Kasmu, SE,MM,PHD selaku Dosen Pembimbing Metodologi Penelitian yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. .Dr.Ngadino Surip,MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Harnovinsah, Ak.,M.Si., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr.,Daru Asih, M.SI selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Kedua orang tua tercinta Bapak alm. Yadih Rasan dan Ibu Aminah Yadih, kakak saya Dina mulyana dan Firman Sukma yang selalu memberikan doa, dorongan serta inspirasi yang tak ternilai harganya.
5. Terima kasih Bapak dan Ibu dosen Univeritas Mercu Buana Jakarta yang telah memberikan pembelajaran, pengalaman, serta pengetahuan selama penulis menempuh studi hingga akhir.

6. Sahabat-sahabat saya Naufal Sufiyan, Nila Aryani, Rakhamt Fanani, Muhamad risky, Danizar, Wisnu boroto, yang selalu membantu dan memberikan semangat dan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.

Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga proposal ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, Penulis mohon maaf apabila ada kesalahan selama dalam penyelesaian skripsi ini.

**Wassalamu'alaikum Wr. Wb**



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 7 Juli 2019

Dirga Sukma



## DAFTAR ISI

<b>SKRIPSI</b> .....	i
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>ABSTRACT</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kontribusi penelitian.....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL, DAN TINJAUAN HIPOTESIS</b> .....	11
A. KAJIAN PUSTAKA .....	11
1. Manajemen Pemasaran .....	11
a. Pengertian Pemasaran .....	11
b. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	12
c. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	15
d. Bauran Pemasaran.....	18
2. Citra Merek.....	19
a. Pengertian Citra Merek .....	19
b. Komponen Citra Merek .....	21
c. Dimensi dan indikator Citra Merek.....	24
3. Kualitas Produk .....	26

a. Pengertian Kualitas Produk.....	26
b. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	29
c. Dimensi dan indikator Citra Merek.....	32
4. Harga .....	34
a. Pengertian Harga.....	34
b. Penetapan Harga .....	36
c. Dimensi dan Indikator Harga .....	39
5. Keputusan Pembelian .....	40
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	40
b. Tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	41
B. Penelitian-Penelitian Terdahulu .....	45
C. Hubungan antar Variabel.....	49
a. Hubungan antar Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian... 49	
b. Hubungan antar Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	50
c. Hubungan Antar Harga dengan Keputusan Pembelian .....	50
D. Rerangka Konseptual .....	51
E. Tinjauan Hipotesis.....	52
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>53</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	53
1. Waktu Penelitian.....	53
2. Tempat Penelitian .....	53
B. Desain Penelitian .....	53
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	54
1. Definisi Variabel.....	54
2. Operasional Variabel .....	56
D. Pengukuran Variabel .....	58
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	59
1. Populasi Penelitian .....	59
2. Sampel Penelitian .....	59
F. Teknik Pengumpulan Data .....	60
1. Cara Mengumpulkan Data.....	60

2. Teknik Pengumpulan Data .....	60
3. Instrumen Pengumpulan Data .....	60
4. Jenis Data.....	60
G. Metode Analisis Data .....	61
1. Evaluasi <i>Measurement (outer)</i> Model .....	61
2. Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis (Inner Model).....	63
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>65</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	65
B. Karakteristik Responden .....	66
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Gender .....	66
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	67
C. Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	68
1. Variabel Citra Merek .....	69
2. Variabel Kualitas Produk.....	70
3. Variabel Harga.....	71
4. Variabel Keputusan Pembelian .....	71
D. Metode Analisis Data <i>Partial Least Square</i> .....	72
1. Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i> .....	72
E. Pembahasan Hasil Penelitian.....	87
1. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	87
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	88
3. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	89
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>91</b>
A. Kesimpulan.....	91
B. Saran .....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>94</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Distribusi Penjualan Sepeda Motor domestic 2017 .....	2
Tabel 1. 2 Penjualan Vespa di Jakarta Barat .....	3
Tabel 1. 3 Showroom Premier Vespa Jabodetabek .....	4
Tabel 1. 4 Hasil Pra Survey .....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	45
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Citra Merek .....	56
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Kualitas Produk .....	57
Tabel 3. 3 Operasional Variabel Harga .....	57
Tabel 3. 4 Operasional Variabel Keputusan Pembelian .....	58
Tabel 3. 5 Instrument Skala Likert .....	58
Tabel 3. 6 Pengujian Validitas .....	61
Tabel 3. 7 Pengujian Reliabilitas .....	62
Tabel 3. 8 Pengujian Nilai R-Square .....	63
Tabel 3. 9 Pengujian Hipotesis .....	63
Tabel 4. 1 Gender Responden .....	66
Tabel 4. 2 Usia Responden .....	67
Tabel 4. 3 Pendapatan Responden .....	68
Tabel 4. 4 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek .....	69
Tabel 4. 5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk .....	70
Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga .....	71
Tabel 4. 7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian .....	71
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	73
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi) .....	75
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i> .....	77
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian AVE .....	78
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion)</i> ..	79
Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	81
Tabel 4. 14 Hasil Uji Nilai R-Square .....	82
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Hipotesis .....	85

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Distribusi Penjualan Sepeda Motor domestic 2017.....	1
Gambar 2. 1 Rerangka Konseptual .....	52
Gambar 4. 1 Hasil Algorithm PLS .....	74
Gambar 4. 2 Hasil Algorithm PLS (Modifikasi).....	76
Gambar 4. 3 Hasil Pengujian AVE .....	79
Gambar 4. 4 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> .....	80
Gambar 4. 5 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	81
Gambar 4. 6 Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i> .....	83
Gambar 4. 7 Hasil Pengujian Hipotesis .....	85
Gambar 4. 8 Hasil Uji Bootstrapping.....	86

