

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA BEAT (STUDI  
KASUS PENGGUNA HONDA BEAT  
DI JAKARTA BARAT)**

**SKRIPSI**



**Nama : Dovan Gustian**

**NIM : 43118010352**

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

**JAKARTA**

**2023**

**2023PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN  
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA  
BEAT (STUDI KASUS PENGGUNA HONDA BEAT DI 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



**Nama : Dovan Gustian**

**NIM : 43118010352**

**BIDANG STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2023**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dovan Gustian

NIM : 43118010352

Program Studi : Manajemen S1

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 (menjiplak).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, Mei 2023



Dovan Gustian

NIM: 43118010352

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Dovan Gustian

NIM : 43118010352

Program Studi : S-1 Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat (Studi Kasus Pengguna Honda Beat Di Jakarta Barat)

Tanggal Sidang : 11 April 2023

Disahkan oleh :



Abdul Gani, SE, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Si Manajemen

Dr. Nurul Hidayah, M,Si, Ak

Dudi Permana, Ph.D

LPTA 07232559



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat (Studi Kasus Pengguna Honda Beat Di Jakarta Barat)”**.

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 Abdul Gani, SE, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi penelitian ini.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi penelitian ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta material sehingga proposal penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala kerendahan hati peneliti ingin

berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M. Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti.
5. Orangtua tercinta yang selalu memberikan doa, motivasi, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil.
6. Meliana Alfiana, Muhamad Rifki, Rahmat Puji Raharjo, Muhammad Riziq Al-Rasyidi, Wildan Febian, Ivan Rizky, Masadjie Estuning, Teguh Juliyanto, Taslimul Adli, Teman teman dalam grup WA Manajemen Kondusip atas seluruh bantuan, diskusi, serta dukungan dalam penyusunan penelitian ini.
7. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Dengan kerendahan hati, peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena nya, mohon saran yang membangun dari

segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.

Jakarta, Mei 2023

Dovan Gustian



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Kontribusi Penelitian .....	11
<b>BAB II .....</b>	<b>13</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>13</b>
A. Kajian Pustaka .....	13
1. Pemasaran.....	13
a. Pengertian Pemasaran .....	13
2. Manajemen Pemasaran .....	14
a. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	14
3. Keputusan Pembelian .....	14
a. Pengertian Keputusan Pembelian .....	14
b. Proses Keputusan Pembelian .....	16
4. Kualitas Produk .....	17
a. Pengertian Kualitas Produk .....	17
b. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	18
c. Dimensi Kualitas Produk .....	18



5.	Citra Merek.....	19
a.	Pengertian Citra Merek.....	19
b.	Manfaat Citra Merek.....	20
c.	Dimensi Citra Merek.....	21
6.	Persepsi Harga.....	23
a.	Pengertian Persepsi Harga.....	23
b.	Dimensi dan Indikator Persepsi Harga.....	23
7.	Penelitian Terdahulu.....	24
B.	Kerangka Konseptual.....	28
C.	Hipotesis Penelitian.....	29
1.	Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.	Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	30
3.	Hubungan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	30
<b>BAB III</b>	.....	<b>32</b>
<b>METODE PENELITIAN</b>	.....	<b>32</b>
A.	Judul Objek dan Waktu Penelitian.....	32
B.	Desain Penelitian.....	32
C.	Definisi dan Operasional Variabel.....	33
1.	Definisi Variabel.....	33
2.	Operasional Variabel.....	35
D.	Skala Pengukuran.....	37
E.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	38
1.	Populasi.....	38
2.	Sampel.....	38
F.	Teknik Pengumpulan Data.....	40
G.	Metode Analisis Data.....	41
1.	Analisis Deskriptif.....	41
2.	Uji Instrumen.....	42
3.	Outer Model.....	44
a.	Convergent Validity.....	44
b.	Diskriminant Validity.....	45

c. <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha</i> .....	45
d. Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	45
<b>BAB IV</b> .....	<b>47</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>47</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	47
B. Analisis Statistik Deskriptif.....	48
1. Deskripsi Responden .....	48
2. Deskripsi Variabel .....	51
C. Hasil Analisis Data Partial Least Square .....	54
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	54
2. Discriminant Validity .....	59
3. Uji Reliabilitas .....	72
b. Pengujian Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	73
c. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur).....	75
<b>BAB V</b> .....	<b>79</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>79</b>
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran .....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>87</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan Sepeda Motor Indonesia .....	1
Tabel 1.2	Kendaraan Sepeda Motor di Jakarta.....	2
Tabel 1.3	Top Brand .....	5
Tabel 1.4	Perbandingan Harga Sepeda Motor .....	7
Tabel 1.5	Pra Survey .....	8
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	36
Tabel 3.2	Panduan Skala Likert.....	37
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia .....	49
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Penghasilan .....	50
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan Pengguna Honda Beat.....	51
Tabel 4.6	Hasil Uji Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	52
Tabel 4.7	Hasil Uji Deskriptif Variabel Citra Merek .....	52
Tabel 4.8	Hasil Uji Deskriptif Variabel Persepsi Harga .....	53
Tabel 4.9	Hasil Uji Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	53
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Convergent Validity (Sebelum Modifikasi)...	56
Tabel 4.11	Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE) (Sebelum Modifikasi).....	58
Tabel 4.12	.....	58
Tabel 4.13	Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE) (Setelah Modifikasi).....	59
Tabel 4.14	Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading) (Sebelum Modifikasi).....	60
Tabel 4.15	Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE) (Setelah Modifikasi).....	61
Tabel 4.16	Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker Critetion) (Sebelum Modifikasi).....	62
Tabel 4.17	Hasil Pengujian Convergent Validity (Setelah Modifikasi).....	64

Tabel 4.18	Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE) (Setelah Modifikasi).....	65
Tabel 4.19	Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading) (Setelah Modifikasi).....	65
Tabel 4.20	Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker Critetion) (Setelah Modifikasi).....	67
Tabel 4.21	Hasil Pengujian Convergent Validity (Setelah Modifikasi).....	70
Tabel 4.22	Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE) (Setelah Modifikasi).....	70
Tabel 4.23	Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading) (Setelah Modifikasi).....	70
Tabel 4.24	Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker Critetion) (Setelah Modifikasi).....	72
Tabel 4.25	Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	73
Tabel 4.26	Hasil Uji Nilai R-Square ( $R^2$ ).....	74
Tabel 4.27	Hasil Uji Nilai Q-Square ( $Q^2$ ) .....	75
Tabel 4.28	Hasil Pengujian Hipotesis.....	77



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	16
Gambar 2. 2	Kerangka Konseptual .....	29
Gambar 4.1	Hasil Algoritma PLS (Sebelum Modifikasi) .....	56
Gambar 4.2	Hasil Algoritma PLS (Setelah Modifikasi) .....	63
Gambar 4. 3	Hasil Algoritma PLS (Setelah Modifikasi) .....	68
Gambar 4.4	Hasil Uji <i>Boostrapping</i> .....	76

