

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR MATIC YAMAHA MIO
(Studi Kasus Pada Konsumen Yamaha Mio Di Wilayah
Kec. Kelapa Dua, Tangerang)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi
Manajemen S-1 Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Eldiko Putra Perdana

NIM : 43113010178

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

2017

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Eldiko Putra Perdana

NIM : 43113010178

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa hasil skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari 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, 10 Agustus 2017



Eldiko Putra Perdana

NIM : 43113010178

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Eldiko Putra Perdana
NIM : 43113010178
Program Studi : Manajemen S1
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Yamaha Mio (studi kasus pada konsumen Yamaha Mio di wilayah Kec. Kelapa Dua, Tangerang)
Tanggal Ujian Skripsi : 10 Agustus 2017

Disahkan Oleh

UNIVERSITAS

Pembimbing,



Dra. Yuli Harwani, MM

Tanggal :

Ketua Penguji,



Mafizatun Nurhayati, SE., MM

Tanggal : 19 / 8 / 2017


Dekan,



Dr. Harnovinsah, Ak, M.Si

Tanggal :

Ketua Program Studi Manajemen



Dudi Permana, ST., MM., Ph.D

Tanggal : 21 / 8 - 2017

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmatnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul yang dipilih penulis adalah “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian”.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari adanya keterbatasan, dan ketidaksempurnaan dalam penyusunan skripsi ini, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Yuli Harwani, Dra., MM. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis dan penulis juga ingin berterimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., MS., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Jajaran Program Studi Manajemen S1, Bapak Dudi Permana, MM., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen S1, Bapak M. Soelton Ibrahim, S.Psi., MM. dan Ibu Ryani Dhyhan Parashakti, SE., MM. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen S1.

4. Kedua orang tua tercinta Eddy Gularko dan Sulastri Masita, serta adik saya Eldiastari Putri Andini yang selalu memberikan doa, dorongan serta inspirasi yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil dalam mengerjakan skripsi ini.
5. Sahabat-sahabat tercinta Alief, Andre, Hani, Yoga, Tomy, dan teman-teman Manajemen 2013 Indra, Ma'aruf, Nurkhadija, Neno, Shintya, Risa Restu, Dona, Dina, Rifai, Nurhadi, Arifin, Ibnu, Dhoni, Afif, Ade Nurdiana, Shindy, Ammar dan yang lainnya, serta semua teman-teman Warung Mbak Wit dan Tongseng 14 dan yang selalu mendukung sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.

Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi 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 dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 4 Juli 2017

Eldiko Putra Perdana

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan & Kontribusi Penelitian	5
1. Tujuan Penelitian.....	5
2. Kontribusi Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA & RERANGKA PEMIKIRAN	
A. Kajian Pustaka	6
1. Manajemen Pemasaran.....	6
2. Citra Merek.....	7
3. Kualitas Produk.....	11
4. Keputusan Pembelian.....	16
5. Penelitian Terdahulu.....	22
B. Rerangka Konseptual & Hipotesis	25
1. Hipotesis.....	25
2. Rerangka Konseptual	26
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian	27
1. Waktu Penelitian	27
2. Tempat Penelitian.....	27
B. Desain Penelitian	27
C. Definisi dan Operasional Variabel	28
1. Pengertian Variabel	28
2. Definisi Operasional Variabel	28
D. Pengukuran Variabel	30
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	31

1. Populasi Penelitian	31
2. Sampel Penelitian	31
F. Teknik Pengumpulan Data	32
G. Jenis Data Penelitian.....	33
H. Metode Analisis Data	34
1. PLS (<i>Partial Least Square</i>)	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan	37
B. Karakteristik Jawaban Responden.....	38
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	39
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	40
C. Karakter Jawaban Kuesioner	40
1. Karakteristik Kuesioner Variabel Citra Merek	40
2. Karakteristik Kuesioner Variabel Kualitas Produk	41
3. Karakteristik Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian	43
D. Metode Analisis Data	44
1. Evaluasi Measurement Model (<i>Outer Model</i>)	44
2. Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	50
E. Pembahasan	55
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	53
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	56
B. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN.....	60

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Top Brand Index kategori sepeda motor matic tahun 2013-2016.....	2
2.1	Penelitian Terdahulu	22
3.1	Definisi Operasional Variabel.....	29
3.2	Instrument skala likert.....	31
4.1	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	38
4.2	Karakteristik responden berdasarkan usia.....	38
4.3	Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir	39
4.4	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	39
4.5	Karakteristik responden berdasarkan pendapatan perbulan	40
4.6	Karakteristik kuesioner variabel citra merek	41
4.7	Karakteristik kuesioner variabel kualitas produk.....	42
4.8	Karakteristik kuesioner variabel keputusan pembelian.....	43
4.9	Hasil pengujian <i>Convergent Validity</i>	45
4.10	Hasil pengujian <i>Convergent Validity</i> (modifikasi).....	47
4.11	<i>Discriminant Validity</i>	48
4.12	Hasil pengujian <i>Composite Reliability</i>	49
4.13	Hasil pengujian <i>Cronbach's Alpha</i>	50
4.14	<i>R-Square</i>	51
4.15	Hasil Uji Hipotesis	52

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
2.1	Rerangka Konseptual	26
4.1	Hasil Algoritma PLS	45
4.2	Hasil Algoritma PLS (modifikasi)	46
4.3	Hasil <i>Bootstrapping</i> (Hasil Uji Hipotesis)	52



DAFTAR LAMPIRAN

	Keterangan	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner.....	60
Lampiran 2	Karakteristik Responden	65
Lampiran 3	Hasil Kuesioner	67
Lampiran 4	Hasil Uji <i>Outer Model</i>	74
Lampiran 5	Hasil Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	78

