

**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA
MOTOR HONDA *ALL NEW* VARIO 125 *eSP***

SKRIPSI



Nama : Rizky Ariansyah
NIM : 43113010273

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA

2017

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rizky Ariansyah

NIM : 43113010273

Program studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa 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 plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini, saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 12 September 2017



Rizky Ariansyah

NIM: 43113010273

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rizky Ariansyah
NIM : 43113010273
Program Studi : Manajemen S1
Judul Studi : PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR HONDA *ALL NEW VARIO 125 eSP*

Tanggal Ujian Skripsi : 12 September 2017

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi

Ketua Penguji



(Dr. Rina Astini, SE, MM, CPM(Asia))

(Arief Bowo Pravoga Kasm, SE, MM)

Tanggal :

18/9/2017

Tanggal :

15/9/2017

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen S1



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



(Dudi Permana, MM., Ph.D)

Tanggal : 18/9/2017

Tanggal : 18/9-2017

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat serta karunia yang telah diberikannya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “**Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda All New Vario 125 eSP**”. Sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Mercu Buana.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari sebagai manusia biasa tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusun skripsi tidak lepas dari bimbingan dan bantuan dan dukungan yang tiada henti dari berbagai pihak, khususnya kepada Dr.Rina Astini,SE,MM,CPM(Asia) selaku dosen pembimbing skripsi, tanpa adanya doa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak penulisan skripsi ini tidak akan dapat terwujud. Oleh karena itu perkenankanlah penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr.Ir. Arisetyyanto Nugroho,MM selaku rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr.Harnoviansah,Ak,M.Si.,CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Mochamad Soelton, S.psi, MM selaku Sekretaris I Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu buana.
4. Ryani Dyan Parashakti, SE,MM selaku Sekretaris II Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

5. Kedua orang tua tercinta dan kakak yang sudah memberikan bantuan moral dan materi yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banayak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman seperjuangan kampus, khususnya angkatan 2013 yang telah memberikan kenangan manis, dukungan serta solidaritasnya kepada penulis baik secara langsung maupun tidak angsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
7. Seluruh pihak yang yang tidak dapat disebutkan satu per satu , terima kasih atas segala bantuan dan informasi yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan pahala dan balasan yang berlipat ganda atas amal dan budi baik semua pihak tersebut di atas Amin. Akhirnya, dari segala ketulusan hati semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 12 September 2017

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	10
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12
A. Kajian Pustaka	12
1. Manajemen Pemasaran	12
a. Pengertian Pemasaran	9
2. Harga	13
a. Pengertian Harga	13
b. Tujuan Penetapan Harga	14
c. Metode Penetapan Harga	15
3. Citra Merek	17
a. Pengertian Citra Merek	17
b. Faktor-Faktor Pembentukan Citra Merek	18

4. Kualitas Produk	
a. Pengertian Kualitas Produk.....	20
b. Pengertian Produk.....	21
c. Tingkat Produk.....	21
5. Keputusan Pembelian	23
a. Pengertian Kualitas Produk.....	23
b. Peranan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian.....	25
B. Hubungan Antar Variabel	26
a. Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	26
b. Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
c. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	27
C. Penelitian Terdahulu	28
D. Rerangka Konseptual	30
E. Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
A. Waktu dan Tempat Penelitian	32
B. Desain Penelitian	32
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	35
1. Definisi Variabel	33
2. Operasional Variabel	33
D. Populasi dan Sampel	37
E. Teknik Pengumpulan Data	38
F. Metode Analisis	39

1. Uji Kualitas Data	39
2. Uji Reliabilitas.....	40
1. <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	41
2. Tahap-Tahap Dalam SEM	43
3. Pengujian Hipotesis	49

BAB IV HASIL DAN ANALISIS

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
1. Tempat Dan Waktu Penelitian.....	51
2. Karakteristik Profil Responden.....	51
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin....	52
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	52
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan.....	54
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	55
C. Hasil Uji Kualitas Data.....	60
1. Hasil Uji Validitas.....	60
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	65
D. Pengolahan Data dan Uji Kecocokan Model Pengukuran.....	69
1. Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran.....	69
2. Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T).....	72
E. Hasil Uji Hipotesis.....	74
F. Pembahasan Hasil Penelitian.....	75

BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	77
A. Simpulan.....	77
B. Saran.....	78
Daftar Pustaka	79
Lampiran.....	80



DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Halaman
1.1	Penjualan Sepeda Motor Tahun 2013-2015	2
1.2	Pangsa Pasar/ <i>Market Share</i> Sepeda Motor tahun 2013-2015	3
1.3	Perbandingan penjualan sepeda motor Honda All New Vario 125 eSP dengan merek lain.....	5
1.4	Perbandingan harga Honda <i>All New Vario 125 eSP</i> dengan merek lain.....	6
1.5	Perbandingan spesifikasi Honda All New Vario 125 <i>eSP</i> dengan merek lain	7
2.1	Penelitian Terdahulu	28
3.1	Operasionalisasi Variabel Independen Harga	33
3.2	Operasionalisasi Variabel Independen Citra Merek	34
3.3	Operasionalisasi Variabel Independen Kualitas Produk	34
3.4	Operasionalisasi Variabel Independen Keputusan Pembelian...35	
3.5	Instrumen Skala Likert	36
4.1	Hasil Uji Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
4.2	Hasil Uji Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	52
4.3	Hasil Uji Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
4.4	Hasil Uji Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan.....	54
4.5	Hasil Uji Deskriptif Variabel Harga.....	54
4.6	Hasil Uji Deskriptif Variabel Citra Merek.....	56
4.7	Hasil Uji Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	57
4.8	Hasil Uji Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	58

4.9	Model Pengukuran Measurement Variabel Penelitian.....	71
4.10	Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T).....	73
4.11	Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian.....	74



DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
2.1	Rerangka Konseptual	30
4.1	Model Pengukuran Variabel Harga.....	61
4.2	Model Pengukuran Variabel Citra Merek.....	62
4.3	Model Pengukuran Variabel Kualitas Produk.....	63
4.4	Model Pengukuran Variabel Keputusan Pembelian.....	64
4.5	Model Pengukuran Measurement Variabel Penelitian.....	70
4.7	Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T).....	72



DAFTAR LAMPIRAN

	Keterangan	Halaman
Lampiran 1	Kuisisioner.....	81
Lampiran 2	Hasil Kuisisioner.....	82
Lampiran 3	Hasil Statistik Deskriptif Responden	88
Lampiran 4	Hasil Statistik Deskriptif Variabel.....	89
Lampiran 5	Tabulasi Data.....	97
Lampiran 6	Hasil Uji Validitas.....	103
Lampiran 7	Hasil Model Pengukuran Measurement Variabel	105
Lampiran 8	Model Kecocokan Struktural (T-Value).....	107

