

**PENGARUH CITRA MERK, KUALITAS PRODUK, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR
HONDA VARIO 125 CC DAN YAMAHA LEXI**
(Studi Kasus pada Perusahaan Sektor Transportasi & Logistik yang
Tercatat di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020)

SKRIPSI



Nama : Adzin Al Tsagif

Nim : 43119010263

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**

**PENGARUH CITRA MERK, KUALITAS PRODUK, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR
HONDA VARIO 125 CC DAN YAMAHA LEXI**

(Studi Kasus pada Perusahaan Sektor Transportasi & Logistik yang
Tercatat di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020)

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



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
TERAKREDITASI - A
Nama : Adzin Al Tsagif
Nim : 43119010263
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

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

2022

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Adzin Al TSagif

Nim : 43119010263

Program Studi : Manajemen

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

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Agustus 2023

(ttd +



Adzin Al Tsagif

43119010263

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Adzin Al Tsagif
NIM : 43119010263
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk , Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario 125cc Dan Yamaha Lexi
Tanggal Sidang : 19 Oktober 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Ir. Robert Edward, M.M., MT

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 10233255



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh citra merk, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Motor Honda Vario 125 cc dan Yamaha Lexi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kausal untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antar variabel. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah konsumen motor Honda Vario 125 cc dan Yamaha Lexi dan Wilayah Meruya. Pemilihan informan menggunakan rumus jumlah indikator x 5. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner skala likert dari Juli hingga Agustus 2023. Metode analisis data yang digunakan yaitu Component atau Variance Based Structural Equation Modeling dengan pengolahan data menggunakan program Partial Least Square (Smart-PLS). Hasil penelitian menunjukkan sebagai berikut: 1) variabel citra merk mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan, dibuktikan dengan nilai pvalue $0,000 < 0,05$ dengan original sampel 0,69 yang menunjukkan arah hubungan positif sehingga dapat dinyatakan hipotesis diterima; 2) variabel kualitas produk mempengaruhi kepuasan pembelian pelanggan, dibuktikan dengan nilai pvalue $0,000 < 0,05$ dengan original sampel 0,37 yang menunjukkan arah hubungan positif sehingga dapat dinyatakan hipotesis diterima; 3) variabel harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pembelian pelanggan, buktikan dengan nilai pvalue $0,30 > 0,05$ dengan original sampel 0,02 yang menunjukkan arah hubungan negatif sehingga dapat dinyatakan hipotesis ditolak. Kesimpulan dari penelitian ini adalah citra merek dan kualitas produk memiliki peran yang penting dalam meningkatkan kepuasan pembelian pelanggan. Namun, harga tidak menjadi faktor yang signifikan dalam mempengaruhi kepuasan pembelian pelanggan.

Kata Kunci: citra merk, kualitas produk, harga,, honda vario, yamaha lexii

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to test and analyze the effect of brand image, product quality and price on purchasing decisions on 125 cc Honda Vario and Yamaha Lexi. The study used a quantitative approach with a causal method to determine whether or not there was an influence between variables. The population selected in this study were consumers of Honda Vario 125 cc and Yamaha Lexi motorbikes and the Meruya area. Selection of informants using the formula number of indicators x 5. Data collection was carried out through a Likert scale questionnaire from July to August 2023. The data analysis method used is Component or Variance Based Structural Equation Modeling with data processing using the Partial Least Square (Smart-PLS) program. The results showed the following: 1) the brand image variable affects customer purchasing decisions, as evidenced by the pvalue of $0.000 < 0.05$ with an original sample of 0.69 which shows a positive relationship direction so that the hypothesis can be stated as accepted; 2) the product quality variable affects customer purchasing satisfaction, as evidenced by the pvalue of $0.000 < 0.05$ with an original sample of 0.37 which shows a positive relationship direction so that the hypothesis can be stated as accepted; 3) the price variable has no effect on customer purchase satisfaction, as evidenced by the pvalue of $0.30 > 0.05$ with an original sample of 0.02 which shows a negative relationship direction so that the hypothesis can be stated as rejected. The conclusion of this study is that brand image and product quality have an important role in increasing customer purchase satisfaction. However, price is not a significant factor in influencing customer purchase satisfaction.

Keywords: brand image, product quality, price, honda vario, yamaha lexi



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario 125 cc dan Yamaha Lexi, Studi Kasus Pada Perusahaan Sektor Transportasi & Logistik yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Dr. Ir Robert Edward, M.M., M.T. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang yang telah diberikan kepada penulis demi terselesaikannya skripsi ini dan dengan segala kerendahan hati penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Prof. Dr. Andy Adriyansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, M.M. Ph.D. selaku Ketua Program Studi manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

4. Dr. Ir Robert Edward, M.M., M.T. selaku Dosen Pembimbing Proposal Skripsi saya.
5. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Teman seperjuangan dan para senior yang selalu membantu, memberikan semangat, motivasi, dan bertukar pikiran serta doanya.
7. Kedua orangtua tercinta Bapak Aptiril dan Ibu Sri Yanti motivasi terbesar Saya yang selalu memberikan dukungan moril dan materil, yang selalu mendoakan, dan memberikan semangat sampai menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak lepas dari kekurangan dan kesalahan baik dalam penyajian penulisan maupun keterbatasan ilmu yang penulismiliki, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak. Semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kekurangan dalam skripsi ini.

Jakarta, 21 Agustus 2023



Adzin Al Tsagif

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan Penelitian.....	15
D. Kontribusi Penelitian.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	17
A. Tinjauan Atas Konsep-Konsep yang Relevan	17
1. Manajemen Pemasaran.....	17
2. Citra Merek.....	18
3. Kualitas Produk	20
4. Harga	24
5. Keputusan Pembelian.....	29
B. Penelitian Terdahulu.....	36
C. Pengembangan Hipotesis	47
1. Pengaruh Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan	47
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian	47
3. Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian	48
D. Kerangka Konseptual	49
BAB III METODE PENELITIAN	51
A. Waktu dan Tempat Penelitian	51
B. Desain Penelitian	51
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	51
1. Definisi Variabel	51
2. Operasional Variabel.....	52
Operasional Variabel Iklan	54
D. Skala Pengukuran Variabel	55
E. Populasi dan Sampel	55

1.	Populasi	55
2.	Sampel.....	56
F.	Metode Pengumpulan Data	56
G.	Data Primer	57
H.	Metode Analisis Data	57
1.	Analisis Outer Model	57
2.	Analisis Inner Model.....	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		61
A.	Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian.....	61
B.	Analisis Deskriptif	62
C.	Hasil Analisis Data Partial Least Square (PLS)	67
BAB V PENUTUP		77
A.	KESIMPULAN.....	77
B.	SARAN	77
1.	Citra Merk (CM8)	77
2.	Estetika (KP1)	78
3.	Penyesuaian Strategi Harga (HRG6).....	78
C.	KETERBATASAN.....	79
D.	PENUTUP	80
DAFTAR PUSTAKA.....		82
LAMPIRAN.....		85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data AISI 2018	9
Tabel 1.2 Data AISI 2020	9
Tabel 1.3 Data AISI 2021	9
Tabel 1.4 Data Perbandingan Penjualan	10
Tabel 1.5 Hasil Data Pra-Survei.....	14
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.1 Operasional Variabel Citra Merk.....	53
Tabel 3.2 Operasional Variabel Kualitas Produk.....	53
Tabel 3.3 Operasional Variabel Iklan	54
Tabel 3.4 Operasional Variabel Keputusan Pembelian	54
Tabel 3.5 Skor Skala Likert	55
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan Usia.....	66
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan Domisili	67
Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan Penggunaan Produk.....	67
Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan Pelanggan Setia	68
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merk	69
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	69
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga	70
Tabel 4.9 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	71
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Convergent Validity	73
Tabel 4.11 Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker).....	75

Tabel 4.12 Composite Reliability & Average Variance Extracted (AVE)	76
Tabel 4.13 Nilai R Square	77
Tabel 4.14 Nilai F Square	78
Tabel 4.15 Uji Hipotesisi Hubungan Langsung	79



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	49
Gambar 4.1 Hasil Algorithm PLS	74
Gambar 4.2 Hasil Algorithm PLS Modifikasi	74
Gambar 4.3 Hasil Uji Bootsraping	80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	97
Lampiran 2 Output Smart PLS.....	103
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	106

