

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA VARIO**

**SKRIPSI**



Nama : Gede Sastrawan Putra

NIM : 43120010003

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

**2024**

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA VARIO**

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



Nama : Gede Sastrawan Putra

NIM : 43120010003

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

**2024**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Gede Sastrawan Putra

NIM : 43120010003

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni 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 (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS Jakarta, 10 Juni 2023  
MERCU BUANA



Gede Sastrawan Putra

NIM 43120010003

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Gede Sastrawan Putra  
NIM : 43120010003  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario  
Tanggal Sidang : 5 Maret 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Janfry Sihite, S.E., MSM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

LPTA 03243600



Please Scan QRCode to Verify

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Sepeda Motor Honda Vario. Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat Kabupaten Bogor yang sudah membeli Sepeda Motor Honda Vario. Penelitian ini dilakukan terhadap 140 responden dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penentuan ukuran sampel menggunakan teknik purposive sampling. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah statistik dalam bentuk SmartPLS 3.0. Hasil dari penelitian ini yaitu Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.



## **ABSTRACT**

*This research aims to determine the influence of Brand Image, Price Perception, Product Quality on Purchasing Decisions on Honda Vario Motorcycles. The population in this research is the people of Bogor Regency who have purchased a Honda Vario motorbike. This research was conducted on 140 respondents using a quantitative approach. Determination of sample size using purposive sampling technique. The data collection method uses a survey method, with the research instrument being a questionnaire. The data analysis used is statistics in the form of SmartPLS 3.0. The results of this research are that Brand Image has a positive and significant effect on Purchasing Decisions, Price Perception has a positive and significant effect on Purchasing Decisions, Product Quality has a positive and significant effect on Purchasing Decisions.*

*Keywords: Brand Image, Price Perception, Product Quality, Purchasing Decision.*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yesus Kristus atas limpahan rahmat dan kebaikan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan ilmu pengetahuan serta pengalaman. Penyusun skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuin dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. Janfry Sihite, S.E., MSM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing, mengarahkan, memberikan semangat yang tiada hentinya dan saran-saran serta motivasi kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan puji syukur atas kekuatan dan kekuasaan Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan anugerahnya dan ingin berterima kasih kepada 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, MM., Ph.D., selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Janfry Sihite, S.E., MSM selaku Dosen Pembimbing dan Ibu Catur Widayati, Dr. SE, MM selaku Dosen Tugas Akhir yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan masukan serta memberi motivasi selama penyusunan skripsi.
5. Seluruh Dosen dan Staff di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Tuhan Yang Maha Esa menjadi berkat untuk Bapak/Ibu.
6. Teristimewa, kepada kedua orang tua tercinta yaitu Bapak Nyoman Anom dan Ibu Margarita Supusepa yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini
7. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB Angkatan 2020 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita dapat mewujudkan semua impian kita.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna dan kesalahan dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga proposal skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan. Akhir



kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam proposal skripsi ini.

Jakarta, 11 Juni 2023



Gede Sastrawan Putra



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL SKRIPSI</b> .....	i
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah .....	14
C. Tujuan Penelitian .....	15
D. Kontribusi Penelitian .....	15
<b>BAB II</b> .....	17
<b>KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	17
A. Kajian Pustaka .....	17
1. Manajemen Pemasaran .....	17
2. Perilaku Konsumen .....	18
3. Citra Merek .....	21
4. Persepsi Harga .....	23
5. Kualitas Produk .....	24
6. Keputusan Pembelian .....	25
B. Penelitian Terdahulu .....	26
C. Hubungan Antar Variabel .....	30
1. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	30
2. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	31
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	32
D. Kerangka Konseptual .....	33
a. Keterangan .....	34
b. Hipotesis .....	34
<b>BAB III</b> .....	35
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	35
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	35
B. Desain Penelitian .....	35
C. Definisi dan Operasional Variabel .....	36
1. Definisi Variabel .....	36
2. Definisi Operasional Variabel .....	38

D. Skala Pengukuran Variabel .....	39
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	40
1. Populasi .....	40
2. Sampel Penelitian .....	40
F. Teknik Pengumpulan Data .....	41
G. Metode Analisis Data .....	42
1. Analisis Deskriptif .....	42
2. Uji Instrumen .....	43
3. Analisis <i>Partial Least Square</i> .....	44
<b>BAB IV</b> .....	<b>51</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>51</b>
A. Analisis Deskriptif .....	51
1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	51
2. Deskripsi Responden .....	52
3. Deskripsi Variabel Jawaban Responden .....	56
B. Analisis Partial Least Square .....	59
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	60
2. Hasil Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) dan Uji Hipotesis .....	65
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	70
<b>BAB V</b> .....	<b>73</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>73</b>
1. Kesimpulan .....	73
2. Saran .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>77</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>81</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1. 1.	Data AISI Penjualan 2021	4
1. 2.	Perbandingan Harga Honda Vario 160, Honda Vario 125, Yamaha Arox dan Yamaha Freego 2023	8
1. 3.	Penghargaan Top Brand Award Tahun 2023	9
1. 4.	Data Pra Survey Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Honda Vario	11
2. 1.	Penelitian Terdahulu	26
3. 1.	Operasional Variabel	38
3. 2.	Instrumen Skala Likert	39
4. 1.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4. 2.	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	53
4. 3.	Deskripsi Responden Berdasarkan Kecamatan	54
4. 4.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
4. 5.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	56
4. 6.	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek	56
4. 7.	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga	57
4. 8.	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	58
4. 9.	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	58
4. 10.	Hasil Uji <i>Convergent Validity (Factor Loading)</i>	60
4. 11.	Hasil Uji <i>Avenue Variance Extracted (AVE)</i>	61
4. 12.	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	62
4. 13.	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Lackert)</i>	63
4. 14.	Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	64
4. 15.	Hasil Uji Multikolinearitas ( <i>Variance Inflation Factor</i> )	65
4. 16.	Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i>	66
4. 17.	Hasil Uji Nilai <i>Q-Square</i>	67
4. 18.	Hasil Uji <i>F-Square</i>	67
4. 19.	Hasil Uji Hipotesis	68

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1. 1.	Penjualan Sepeda Motor Tahun 2022	2
1. 2.	Penjualan Sepeda Motor Berdasarkan Kategori 2022	3
2. 1.	Kerangka Pemikiran	33
4. 1.	Hasil Algorithm PLS	61
4. 2 .	Hasil Bootstrapping	69



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Pra Survey	81
2	Kuesioner	83
3	Data Jawaban Responden	89
4	Hasil Deskripsi Responden	93
5	Deskripsi Variabel Jawaban Responden	95
6	Hasil Pengujian Model Pengukuran Evaluasi (Outer Model)	96
7	Hasil Pengujian Model Struktural (Inner Model)	98

