

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN  
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MOTOR HONDA SCOOPY  
(studi pada Dealer Cipulir Motor Jakarta Selatan)**

**SKRIPSI**



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Nama : Rikza Khiqniadi  
NIM 43117010140

PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2024

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN  
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MOTOR HONDA SCOOPY  
(studi pada Dealer Cipulir Motor Jakarta Selatan)**

Skripsi

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



NAMA : RIKZA KHIQNIADI

NIM 43117010140

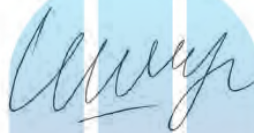
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2024

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rikza Khiqniadi  
NIM : 43117010140  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Scoopy (studi pada Dealer Cipulir Motor Jakarta Selatan)  
Tanggal Sidang : 12 Juli 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Catur Widayati, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04244205



Please Scan QRCode to [Verify](#)

## **SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rikza Khikniadi

NIM : 43117010140

Program Studi : S1 Manajemen

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 (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 14 Januari 2024



Rikza Khikniadi  
NIM 43117010140

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy. Populasi pada penelitian ini adalah pengguna sepeda motor Scoopy di area dealer Cipulir Motor Jakarta selatan. Sampel yang dipergunakan adalah sebanyak 120 responden dihitung berdasarkan rumus Hair et al., (2019). Metode penarikan sampel menggunakan *Purposive sampling*, metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrument penelitian adalah kuisioner dan metode analisis data menggunakan *partial least square*. Pengukuran variabel menggunakan teknik skala *Likert* dengan skala bobot dari 1 sampai 5. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa harga, kualitas produk dan citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

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



## **ABSTRACT**

*This research aims to examine the influence of price perception, product quality and brand image on purchasing decisions for Honda Scoopy motorbikes. The population in this study were Scoopy motorbike users in the Cipulir Motor dealer area, South Jakarta. The sample used was 120 respondents calculated based on the formula Hair et al., (2019). The sampling method uses purposive sampling, the data collection method uses a survey method, the research instrument is a questionnaire and the data analysis method uses partial least squares. Variable measurement uses the Likert scale technique with a weight scale from 1 to 5. The results of this study are price, product quality and brand image has a significant positive effect on purchasing decisions.*

*Keywords: Price, Product Quality, Brand Image, Purchase Decision.*



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala anugrah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Scoopy, Studi pada dealer Honda Cipulir Motor”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomo dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh sebab itu dalam kesempatan ini penulis 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 Jakarta.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D selaku ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Catur Widayati, SE, MM selaku Dosen pembimbing skripsi yang selalu memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan yang bermanfaat.



5. Bapak Dr. Eri Marlapa, S.E., M.M selaku dosen Penguji ujian akhir skripsi yang telah memberikan masukan yang sangat bermanfaat untuk perbaikan skripsi ini.
6. Ibu Dr. Aldina Shiratina, S.E., M.Si selaku dosen Penguji ujian akhir skripsi yang telah memberikan masukan dan saran yang sangat agar skripsi ini menjadi lebih baik
7. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis.
8. Seluruh teman-teman Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana Angkatan 2020 yang tidak bisa saya sebutkan satu demi satu.
9. Teristimewa untuk kedua orang tua saya tercinta Ibu Sisna Munaty, dan Bapak Solatin yang tidak hentinya memberikan dukungan kepada saya dalam penyusunan proposal skripsi ini.
10. Semua pihak yang telah membantu kelancaran penulisan proposal skripsi yang tidak bisa saya sebutkan satu demi satu.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan



kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 06 Februari 2024



Rikza Khiqniadi



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Kontribusi Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	13
1. Kajian Teori.....	10
A. Manajemen Pemasaran.....	13
B. Persepsi Harga.....	13
1. Pengertian Persepsi Harga .....	13
2. Tujuan Penetapan Harga .....	14
3. Dimensi Harga.....	14
4. Indikator Harga .....	15
C. Kualitas Produk .....	16
1. Pengertian Kualitas Produk.....	16
2. Indikator Kualitas Produk .....	17
D. Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ).....	18
1. Pengertian Citra Merek.....	18
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek .....	19
3. Indikator Citra Merek.....	20
4. Komponen Citra Merek .....	21
E. Keputusan Pembelian .....	21
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	21
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	22
3. Dimensi Keputusan Pembelian.....	23

4. Indikator Keputusan Pembelian.....	24
2. Kerangka Konseptual .....	25
3. Pengembangan Hipotesis.....	26
4. Hasil Penelitian Terdahulu .....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	33
B. Desain penelitian. ....	33
C. Devinisi dan Operasionalisasi Variabel.....	34
1. Devinisi Variabel.....	34
2. Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	35
D. Skala Pengukuran Variabel.....	37
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	38
1. Populasi.....	38
2. Sampel .....	38
F. Metode Pengambilan Data.....	39
G. Metode Analisis Data.....	40
H. Uji Instrumen.....	40
1. Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i> .....	40
a. <i>Convergent Validity</i> .....	41
b. <i>Average Variance Extrated (AVE)</i> .....	41
c. <i>Cronbach's alpha</i> .....	42
d. <i>Composite Reliability</i> .....	42
2. Analisis <i>Inner Model</i> .....	42
a. <i>Discriminant validity</i> .....	43
b. <i>Heterotrait Monotrait Ratio (HTMT)</i> .....	43
c. <i>Discriminant validity Fornell Larcker</i> .....	40
d. <i>Discriminant validity cross loading</i> .....	43
e. Uji Multikolinieritas.....	43
f. <i>F-square</i> .....	44
g. <i>R-square</i> .....	44
h. <i>Qsquare</i> .....	44
i. Analisis <i>Bootstrapping (Pengujian Hipotesis)</i> .....	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Analisis Deskriptif.....	43
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	46
2. Deskripsi Responden.....	47
B. Uji Akurasi Instrumen.....	52
1. <i>Outer Model</i> atau <i>Measurement Model</i> .....	52
a. <i>Convergent validity</i> .....	53
b. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	56
c. <i>Cronbach's alpha</i> .....	56
d. <i>Composite reliability</i> .....	57
2 <i>Inner Model</i> .....	58
a. <i>Discriminant validity(HTMT)</i> .....	58
b. <i>Discriminan Fornel Larcker</i> .....	55
c. <i>Discriminant validity cross loading</i> .....	59
d. Uji Multikolinieritas.....	60
e. <i>F square</i> .....	60
f. <i>R-square</i> .....	61
g. <i>Q square</i> .....	62
3. Analisis <i>Bootstrapping</i> (Pengujian Hipotesis).....	62
C. Pembahasan.....	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
1. Kesimpulan.....	66
2. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN.....	72

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Sepeda Motor Matic Tahun 2020-2021 .....	4
Tabel 1.2 Data Penelitian Pra Survey Tingkat Keputusan Pembelian .....	6
Tabel 1.3 Hasil Kuesioner Pra Penelitian.....	7
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Indikator Variabel (operasional variabel).....	36
Tabel 3.3 Skala <i>Likert</i> .....	38
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan usia.....	48
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan pendidikan... ..	48
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan pekerjaan.....	49
Tabel 4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan penghasilan... ..	49
Tabel 4.6 <i>Outer Loadings</i> (Nilai Loading Faktor).....	50
Tabel 4.7 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	55
Tabel 4.8 Nilai <i>Cronbach's alpha</i> .....	56
Tabel 4.9 Nilai <i>Composite reliability (rho_c)</i> .....	56
Tabel 4.10 <i>Discriminant Validity HTMT</i> .....	57
Tabel 4.11 Nilai <i>fornell larcker</i> .....	58
Tabel 4.12 <i>Discriminant validity cross loading</i> .....	59
Tabel 4.13 <i>Inner Model VIF</i> .....	60
Tabel 4.15 Nilai <i>F-square</i> .....	60
Tabel 4.16 Nilai <i>R-square</i> .....	61
Tabel 4.17 Nilai <i>SRMR</i> .....	62
Tabel 4.18 Nilai <i>Path Coefficients Hipotesis</i> .....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka konseptual .....	25
Gambar 4.1 Pad <i>outer loading</i> .....	54



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner .....	65
Lampiran 2 Jawaban Responden .....	71
Lampiran 3 Diskripsi Kaakteristik Responden.....	83
Lampiran 4 Hasil <i>Running Pad outer loading</i> .....	85
Lampiran 5 Hasil Uji.....	86



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA