

**PENGARUH DESAIN PRODUK, *BRAND IMAGE* SERTA
EMOTIONAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOTOR LISTRIK PADA
PT. HARTONO ISTANA TEKNOLOGI (POLYTRON)**

SKRIPSI



**Andri Waluyo
NIM: 43120120004**

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

**PENGARUH DESAIN PRODUK, *BRAND IMAGE* SERTA
EMOTIONAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOTOR LISTRIK PADA
PT. HARTONO ISTANA TEKNOLOGI (POLYTRON)**

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



**Andri Waluyo
NIM: 43120120004**

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

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andri Waluyo

Nim : 43120120004

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 pertanyaan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 09 Mei 2024



Andri Waluyo
NIM: 43120120004

HASIL PENGECEKAN PLAGIASI

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : ANDRI WALUYO
NIM : 43120120004
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
: PENGARUH DESAIN PRODUK, BRAND IMAGE SERTA EMOTIONAL
Judul Tugas Akhir : MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR LISTRIK PADA PT. HARTONO ISTANA TEKNOLOGI (POLYTRON)
Hasil Pengecekan Turnitin : 24%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi Turnitin dengan hasil presentase kemiripan sebesar 24% dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengajukan sidang tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 15 August 2025

Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk pendaftaran sidang Skripsi.

2025/Agustus/15/0000000351/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Andri Waluyo
NIM : 43120120004
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH DESAIN PRODUK, BRAND IMAGE SERTA
EMOTIONAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOTOR LISTRIK PADA PT. HARTONO
ISTANA TEKNOLOGI (POLYTRON)
Tanggal Lulus Ujian: 14 Maret 2025

Disahkan oleh:

Pembimbing



MERCUBUANA

Chairiel Oktaviar, SE., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph. D.
LPTA-03254942



Scan QR or [click here](#) to
Verification

KATA PENGANTAR

Dengan limpahan rahmat dan hidayah Allah SWT, puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat-Nya, sehingga penulis dapat mengajukan skripsi dengan judul “Pengaruh Desain Produk, *Brand Image* Serta *Emotional Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Motor Listrik Pada PT. Hartono Istana Teknologi (POLYTRON)”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan Bapak Chairiel Oktaviar, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat yang sangat bermanfaat kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, 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, Ph. D., selaku Ketua dari Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana beserta staff Tata Usaha (FEB) yang telah memberikan pelayanan dan membantu penulis.

5. Bapak/Ibu Karyawan PT. Hartono Istana Teknologi (Polytron) atas kerjasamanya telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian dan bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
6. Orang tua tercinta yang selalu senantiasa mendoakan, memberikan motivasi serta dukungan moral maupun materi selama penulis menyelesaikan laporan kerja praktek ini.
7. Istri Tercinta Noviyanti dan ketiga anak saya serta seluruh teman-teman yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat mulai dari awal penulisan hingga terselesaikannya penelitian ini.

Penulis mengucapkan banyak terimakasih atas semua bentuk dukungan, perhatian, doa dan dorongan semangat serta motivasi yang telah diberikan kepada penulis. Selain itu, penulis menyadari bahwa dalam tulisan ini masih adanya kekurangan dan keterbatasan, maka dari itu penulis masih membutuhkan kritikan, saran-saran dan masukan-masukan yang bersifat membangun dalam tulisan ini. Penulis laporan kerja praktik mengharapkan juga tulisan ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya.

Jakarta, 09 Mei 2024

Andri Waluyo

ABSTRAK

Tujuan dari riset ini diarahkan untuk menguji sekaligus menganalisis keterpengaruhan desain produk, citra merek (brand image), dan pemasaran emosional (emotional marketing) terhadap keputusan pembelian motor listrik pada PT. Hartono Istana Teknologi (Polytron). Seluruh konsumen yang telah melakukan pembelian motor listrik di perusahaan tersebut dijadikan populasi penelitian. Penentuan sampel dilakukan melalui teknik purposive sampling, dengan jumlah responden sebanyak 100 individu. Instrumen pengumpulan data yang digunakan berupa angket (kuesioner). Analisis data diterapkan menggunakan pendekatan PLS-SEM melalui perangkat lunak SmartPLS 4. Berlandaskan hasil temuan, dipastikan bahwasannya desain produk memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal serupa juga diperlihatkan oleh variabel citra merek, yang terbukti memengaruhi keputusan pembelian. Pemasaran emosional pun memperlihatkan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Implikasi praktis dari temuan ini menegaskan bahwasannya PT. Hartono Istana Teknologi (Polytron) perlu mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas desain produknya, memperkuat citra merek, serta memaksimalkan strategi pemasaran emosional guna memperkuat keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Desain Produk, *Brand image*, *Emotional marketing*, Keputusan Pembelian, Motor Listrik.



ABSTRACT

Testing and analyzing the impact of brand image, emotional marketing, and product design on electric motorcycle purchases at PT. Hartono Istana Teknologi (Polytron) is the goal of this study. All of the participants in this study were purchasers of electric motorcycles from PT Hartono Istana Teknologi (Polytron). Purposive sampling was used to choose the sample, which had 100 responders in total. A questionnaire was utilized as the data gathering tool. PLS-SEM with the Smart-PLS 4 tool is the data analysis technique employed. The findings demonstrated that decisions to buy are influenced by product design. Purchase decisions are influenced by brand perception. Purchase decisions are influenced by emotional marketing. For PT Hartono Istana Teknologi (Polytron), this study offers useful implications for enhancing product design, bolstering brand perception, and maximizing emotional marketing.

Keywords: Product Design, Brand image, Emotional marketing, Purchasing Decisions, Electric Motorcycles.



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HASIL PENGECEKAN PLAGIASI	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	15
D. Kontribusi Penelitian	15
1. Kontribusi Teoritis	15
2. Kontribusi Praktis	16
 BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	 17
A. Kajian Pustaka	17
1. Manajemen Pemasaran	17
2. Perilaku Konsumen	19
3. Keputusan Pembelian	24
4. Desain Produk	29
5. Brand Image	31
6. Emotional Marketing	34
B. Penelitian Terdahulu	35
C. Pengembangan Hipotesis	43
1. Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	43
2. Pengaruh <i>Brand image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	44
3. Pengaruh <i>Emotional Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	45
D. Kerangka Konseptual	46
 BAB III METODE PENELITIAN	 47
A. Waktu dan Tempat Penelitian	47
B. Desain Penelitian	47
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	47
1. Definisi Variabel	48

2. Variabel Dependen	48
3. Variabel Independen	49
4. Operasionalisasi Variabel	50
D. Skala Pengukuran Variabel	53
E. Populasi dan Sampel	53
1. Populasi	53
2. Sampel	54
F. Metode Pengumpulan Data	55
G. Metode Analisis Data	56
1. Statistik Deskriptif	56
2. Analisis PLS-SEM (Partial Least Squares-Structural Equation Modeling)	57
3. Uji Hipotesis	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	63
A. Analisis Data	63
1. Statistik Deskriptif	63
2. Analisis PLS-SEM	79
B. Pembahasan	90
1. Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	90
2. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	91
3. Pengaruh <i>Emotional Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	94
A. Kesimpulan	94
B. Saran	95
1. Saran Bagi Perusahaan	95
2. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	101

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1. 1	Penjualan Motor Listrik Polytron Berdasarkan Provinsi, 2023-2024	7
1. 3	<i>Research Gap</i>	12
2. 1	Penelitian Terdahulu	35
3. 1	Operasional Variabel	51
3. 2	Skala Likert	53
4. 1	Deskripsi Karakteristik Responden	64
4. 2	Kategori Skala	67
4. 3	Desain Produk	67
4. 4	<i>Brand Image</i>	70
4. 5	<i>Emotional Marketing</i>	72
4. 6	Keputusan Pembelian	75
4. 7	Hasil Uji Validitas Konvergen	80
4. 8	Hasil Uji Validitas Diskriminan	82
4. 9	Hasil Uji Reliabilitas	84
4. 10	Nilai R-Square	85
4. 11	<i>Effect Size (f^2)</i>	86
4. 12	Nilai SRMR (<i>Standardized Root Mean Residual</i>)	87
4. 13	Hasil Uji Hipotesis	88



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1. 1	Tingkat Kepemilikan Sepeda Motor di Asia	1
1. 2	Perbandingan Penjualan Motor Listrik dengan Motor BBM	5
1. 3	Tren Data Penjualan Motor Listrik Di Indonesia 2021-2024	6
2. 1	Fungsi Manajemen Pemasaran	18
2. 2	Kerangka Konseptual	46
4. 1	Hasil Uji Hipotesis	88



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	101
2	Deskripsi Responden	107
3	Deskripsi Variabel	109
4	Hasil Uji Validitas Konvergen	110
5	Hasil Uji Validitas Diskriminan	112
6	Hasil Uji Reliabilitas	113
7	Hasil Uji <i>R-Square</i>	113
8	Hasil Uji <i>Effect Size</i> (f^2)	113
9	Hasil Uji <i>Standardized Root Mean Residual</i> (SRMR)	113
10	Hasil Uji Hipotesis	114
11	Surat Hasil Uji Turnitin	115

