



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

(Studi Kasus pada Konsumen Dealer Karunia Sejahtera Motor Jember)

SKRIPSI

**Di ajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu
syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**

oleh:

Sugiarti
NIM. 13.1041.2031

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2017**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sugiarti
NIM : 13.1041.2031
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupas kripsi yang berjudul: Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy (Studi Kasus pada Konsumen Dealer Karunia Sejahtera Motor Jember); adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 16Juni2017

Yang menyatakan,

Sugiarti

NIM. 13.1041.2031



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR HONDA SCOOPY**
(Studi Kasus pada Konsumen Dealer Karunia Sejahtera Motor Jember)

Oleh:

Sugiarti
NIM. 1310412031

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Nurul Q. MM.

Dosen Pembimbing Pendamping : Maheni Ika S, SE., MM.

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA SCOOPY (Studi Kasus Pada Konsumen Dealer Karunia Sejahtera Motor Jember), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

H a r i : Sabtu
Tanggal : 29Juli 2017
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Trias Setyowati, S.E., MM.
NPK. 0509477

Anggota 1,

Anggota 2,

Dr. Nurul Qomariyah, MM.
NP. 0603426

Maheni Ika Sari, SE., MM.
NIP. 197708112005012000

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Program Studi

Dr. Arik Susbiyani, M.Si.
NPK 01 09 289

Drs. Anwar, M.Sc.
NPK 85 03 125

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tuaku tercinta yang telah mendoakan, mendidik, mencurahkan cinta, kasih sayang serta pengorbanan selama ini.
2. Suamiku dan anak-anakku yang selalu membantu dan mendukungku.
3. Almamater yang kubanggakan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

MOTTO

“Maka apakah mereka tidak berjalan di muka bumi hingga mereka mempunyai hati yang dengannya mereka dapat memahami, atau mempunyai telinga yang dengannya mereka dapat mendengar? Karena sesungguhnya bukanlah mata itu yang buta, tetapi yang buta ialah hati yang di dalam dada”

(QS. *Al Haj*: 46)

“Barangsiapa bertawakal pada Allah, maka Allah akan memberikan kecukupan padanya, sesungguhnya Allah lah yang akan melaksanakan urusan (yang dikehendakiNya)”

(QS. *Ath- Thalaq*: 3)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kupanjatkan hanya pada ALLAH SWT, yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy (Studi Kasus pada Konsumen Dealer Karunia Sejahtera Motor Jember).

Skripsi ini merupakan karya penulis dan merupakan salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis menyadari telah banyak pihak yang membantu, membimbing dan mendorong serta memberi semangat pada penulis. Penulis sadar tanpa bantuan dari berbagai pihak, penulis akan mengalami kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itulah pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Arik Susbiyani, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Bapak Drs. Anwar, M.Sc. selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu DR. Nurul Qomariah, MM Selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Maheni Ika Sari SE,MM Selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan arahan sehingga tersusunnya kripsi ini.
4. Ibu Trias Setyo Wati, SE. MM. Selaku Dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh staf pengajar atau dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Dosen Program Studi Manajemen
6. Terimakasih untuk Bapak, ibu, suami dan anak-anakku tercinta, terimakasih untuk doa yang tiada pernah putus disetiap helai nafas, untuk kecerewetannya, cinta dan kasih sayangnya yang tiada pernah tergantikan.

7. Untuk Almaterku, Universitas Muhammadiyah Jember Khususnya Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen

Atas amal baik yang telah diberikan pada penulis semoga Allah SWT memberikan balasan yang sesuai dan semoga rahmat serta hidayahNya diberikan kepada kita semua.

Besar harapan penulis semoga skripsi ini berguna bagi penulis khususnya dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jember, Juli 2017

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERNYATAAN | ii |
| HALAMAN PEMBIMBINGAN | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | v |
| MOTTO | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| ABSTRAK | xv |
| ABSTRACT | xvi |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 2 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 5 |
| 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian..... | 6 |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 1.3.2 Manfaat Penelitian | 6 |
| BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 8 |
| 2.1.1 Defenisi Pemasaran | 8 |
| 2.1.2 Manajemen Pemasaran | 8 |
| 2.1.3 Konsep Pemasaran..... | 8 |
| 2.1.4 Bauran Pemasaran | 9 |
| 2.1.5 Atribut Produk | 10 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 20 |
| 2.3 Kerangka Konseptual | 25 |
| 2.4 Hipotesis Penelitian..... | 26 |
| 2.4.1 Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian | 26 |

| | | |
|---|--|----|
| 2.4.2 | Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian ... | 26 |
| 2.4.3 | Hubungan Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian..... | 27 |
| BAB 3 METODE PENELITIAN | | 28 |
| 3.1 | Desain Penilitan..... | 28 |
| 3.2 | Identifikasi Variabel | 28 |
| 3.3 | Definisi Operasional..... | 29 |
| 3.4 | Populasi dan Metode Pengambilan Sampel | 30 |
| 3.4.1 | Populasi dan Sampel | 30 |
| 3.4.2 | Sampel..... | 31 |
| 3.5 | Jenis dan Sumber Data | 30 |
| 3.5.1 | Jenis Data | 31 |
| 3.5.2 | Sumber Data..... | 32 |
| 3.6 | Metode Pengumpulan dan Pengolahan Data | 32 |
| 3.6.1 | Metode Pengumpulan Data | 32 |
| 3.6.2 | Teknik Pengolahan Data | 33 |
| 3.6.3 | Metode Analisis Data..... | 34 |
| 3.7 | Pengujian Instrumen | 35 |
| 3.7.1 | Uji Validitas | 35 |
| 3.7.2 | Uji Reliabilitas | 35 |
| 3.7.3 | UjiAsumsi Klasik..... | 36 |
| 3.7.4 | Analisis Regresi Linier Berganda | 36 |
| 3.8 | Uji Hipotesis..... | 38 |
| 3.8.1 | Uji Signifikansi Parameter Individual/Parsial (UjiStatistik"t") | 38 |
| 3.8.2 | UjiDeterminasi (R2)..... | 39 |
| BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN | | 40 |
| 4.1 | HasilPenelitian..... | 40 |
| 4.1.1 | Gambaran Umum Honda Scoopy..... | 40 |
| 4.1.2 | Strategi Branding Honda Scoopy | 42 |
| 4.1.3 | Karakteristik Responden..... | 44 |
| 4.2 | Jenis Data untuk Kebutuhan Analisis..... | 46 |
| 4.2.1 | Statistik Deskriptif Variabel Penelitian | 46 |

| | | |
|---|--|-----------|
| 4.2.2 | Hasil Uji Instrumen | 48 |
| 4.2.3 | Hasil Uji Asumsi Klasik | 50 |
| 4.2.4 | Hasil Analisa Regresi Linier Berganda..... | 53 |
| 4.2.5 | Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T) | 54 |
| 4.2.6 | Hasil Analisis Koefisien Determinasi Berganda (R2) | 55 |
| 4.3 | Pembahasan | 56 |
| BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN | | 59 |
| 5.1 | Kesimpulan | 59 |
| 5.2 | Saran | 59 |
| DAFTAR PUSTAKA | | |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | | |

DAFTAR TABEL

| Tabel | JudulTabel | Halaman |
|--------------|--|----------------|
| 2.1 | Ringkasan Penelitian Terdahulu | 19 |
| 3.1 | Nilai Skala <i>Likert</i> | 34 |
| 4.1 | Spesifikasi Motor Honda Scoopy | 40 |
| 4.2 | Data Penjualan Motor Metik Tahun 2015-2016 | 41 |
| 4.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 44 |
| 4.4 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan | 44 |
| 4.5 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan | 45 |
| 4.6 | Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Citra Merek..... | 45 |
| 4.7 | Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Kualitas Produk | 46 |
| 4.8 | Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Persepsi Harga | 46 |
| 4.9 | Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Keputusan pembelian..... | 47 |
| 4.10 | Hasil Uji Validitas..... | 48 |
| 4.11 | HasilUjiReliabilitas..... | 48 |
| 4.12 | HasilUjiMultikolinearitas | 51 |
| 4.13 | Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda..... | 52 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Judul Gambar | Halaman |
|---------------|--|----------------|
| 2.1 | Tahapan Proses Keputusan Pembelian | 17 |
| 2.2 | Kerangka Konseptual Penelitian..... | 20 |
| 4.1 | Grafik Penjualan Motor Metik Tahun 2015-2016 | 41 |
| 4.2 | Histogram Uji Normalitas | 49 |
| 4.3 | Normal P-Plot Uji Normalitas | 50 |
| 4.4 | Hasil Uji Heteroskedastisitas | 51 |

DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran | Judul Lampiran |
|-----------------|---|
| 1 | Pengantar Kuisisioner |
| 2 | Data Kuisisioner dan Rekapitulasi Kuisisioner |
| 3 | Frekwensi Pernyataan Responden |
| 4 | Uji Instrumen Data |
| 5 | Uji Regresi Linier Berganda, Uji Hipoteses, Uji Asumsi Klasik |
| 6 | Dokumentasi |

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: citra merek (*brand*), kualitas produk (*product*), dan persepsi harga (*price*) terhadap keputusan pembelian motor Honda scoopy pada Dealer Karunia Sejahtera Motor Jember. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif. Sampel sebanyak 60 orang responden yang membeli sepeda motor Honda Scoopy di Dealer Karunia Sejahtera Motor Jember. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menyebar kuesioner. Analisis data yang digunakan yaitu analisis SPSS dan analisis deskriptif. Hasil penelitian menyatakan bahwa Citra Merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas Produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Persepsi Harga mempunyai pengaruh negative dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

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

ABSTRACT

This research aim to analyze the effect of brand image, product, and price to purchasing decision of Honda Scoopy Motorcycle at Karunia Sejahtera Motor Jember Dealers. The type of research used is explanatory research (explanatory research) with a quantitative approach. A sample of 60 respondents who bought Honda Scoopy motorcycles at Karunia Sejahtera Motor Jember Dealers. Sampling technique using porpsive sampling technique. Data collection method used in this research is spread questioner. Data analysis used is SPSS analysis and descriptive analysis. The result of hypothesis testing showed that Brand Image has positive and significant influence to purchase decision. Product Quality has a positive and significant influence on purchasing decisions. Price perception has a negative and insignificant effect on purchasing decisions.

Keywords: brand image, product, price and purchasing decision