

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOTOR VARIO SERIES
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



Oleh:

**Afif Dwi Wildani Umma
NIM 1410411193**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2020**

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOTOR VARIO SERIES
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



Oleh:

**Afif Dwi Wildani Umma
NIM 1410411193**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2020**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Afif Dwi Wildani Umma
NIM : 1410411193
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Vario Series (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah 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 di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 18 Januari 2020

Yang menyatakan,



Afif Dwi Wildani Umma
NIM. 1410411193

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOTOR VARIO SERIES
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember)

Oleh:

Afif Dwi Wildani Umma
NIM 1410411193

Pembimbing:

Dosen Pendamping Utama : Seno Sumowo. SE., MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Haris Hermawan. SE., MM



PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Vario Series (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Nama : Afif Dwi Wildani Umma

NIM : 1410411193

Hari : Sabtu

Tanggal : 18 Januari 2020

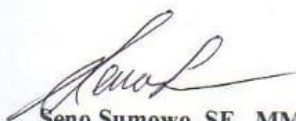
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



Dr. Nurul Qomariah, MM
NPK 06 03 426

Anggota 1,



Seno Sumowo. SE., MM
NPK 01 09 288

Anggota 2,



Haris Hermawan. SE., MM
NPK 15 03 640

Mengesahkan:



Dr. Arik Susbiyani, MSi
NPK 01-09 289

Ketua Jurusan,



Haris Hermawan. SE., MM
NPK 15 03 640

MOTTO

Dan janganlah kamu terlalum mengharapkan (ingin mendapat) limpah kurnia yang Allah telah berikan kepadasebahagiandarikamu (untukmenjadikanmereka) lebihsebahagian yang lain (tentanghartabenda, ilmupengetahuanataupangkatkebesaran). (Karenatelahtetap) orang-orang lelakiadabahagiandariapa yang merekausahakan, dan orang-orang perempuan pula adabahagiandariapa yang merekausahakan; (makaberusahalahkamu) danmohonkanlahkepada Allah akanlimpahkurnianya. Sesungguhnya Allah sentiasaMengetahui akantiap-tiapsesuatu.
(Surah annisa': 032)

"Barangsiapamenolongsaudaranya yang membutuhkanmaka Allah ta'alaakanmenolongnya."
(HR. Muslim)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur aku panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman dan kasih-Nya kepadaku dalam mengerjakan skripsi ini, tidak lupa aku ucapkan banyak-banyak terima kasih kepada semua yang telah membantu aku di dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya:

1. Orang tuaku tercinta, Bapak dan Ibukku yang selama ini mendidik dan membimbingku dan tiada henti-hentinya menyayangiku. Dan selalu menuntun kejalan dunia dan akhirat. Mereka merupakan inspirasiku untuk melangkah dalam hidup ini.
2. Kakakku yang amat aku sayangi yang selalu mendukungku sampai selesainya skripsi ini.
3. Almamaterku Universitas Muhammadiyah Jember yang kubanggakan.
4. Untuk teman-teman seangkatan dan seperjuangan Manajemen 2014 terimakasih kekompakan dan kebersamaan selama kita kuliah.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2017 dan 2018. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citramerek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa observasi, wawancara dan kuesioner terhadap 80 responden dengan teknik *purposive sampling*, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variabel. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen data (uji validitas, dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi. Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel pengaruh citramerek, harga, dan kualitas produk, berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: citramerek, harga, kualitas produk, keputusan pembelian

ABSTRACT

This research was conducted on students of the Faculty of Economics, University of Muhammadiyah Jember, 2017 and 2018. This study aims to determine the effect of brand image, price, and product quality on purchasing decisions. In this study data were collected with tools in the form of observation, interviews and questionnaires against 80 respondents with purposive sampling technique, which aims to determine the respondents' perceptions of each variable. The analysis used includes the data instrument test (validity test and reliability test), the classic assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test), multiple linear regression analysis, hypothesis test and coefficient of determination test. From the results of the analysis using regression it can be seen that the influence of brand image, price, and product quality variables has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *brand image, price, product quality, purchasing decisions*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillah rabbil alamin, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah Tuhan seru sekalian alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Vario Series (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember)".

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr, Arik Susbiyani, MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. HarisHermawan. SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Seno Sumowo. SE., MM, selaku dosen pembimbing I dan HarisHermawan. SE., MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Dr. Nurul Qomariah, MM, selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
6. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiannya yang tak terbatas. Terimakasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
7. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.
8. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2014 yang telah memberikan semangat dan dukungan.

9. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember, Januari 2020
Penyusun

Afif Dwi Wildani Umma

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Teori	7
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	8
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	11
2.1.4 Citra Merek.....	15
2.1.5 Harga.....	18
2.1.6 Kualitas Produk.....	22
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Konseptual.....	27
2.4 Hipotesis Penelitian	27
2.4.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	27
2.4.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian ...	28
2.4.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	29
BAB 3 METODE PENELITIAN	31
3.1 Identifikasi Variabel	31

3.1.1 Variabel Independen/Bebas	31
3.1.2 Variabel Dependen/ Terikat	31
3.2 Definisi Operasional Variabel	31
3.2.1 Citra Merek (X_1)	31
3.2.2 Harga (X_2)	32
3.2.3 Kualitas Produk (X_3)	32
3.2.4 Keputusan Pembelian (Y)	32
3.3 Desain Penelitian	33
3.4 Jenis Data dan Sumber Data	33
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.5.1 Populasi	33
3.5.2 Sampel	34
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel	34
3.6 Teknik Pengumpulan Data	35
3.7 Teknik Analisis Data	36
3.7.1 Uji Statistik Deskriptif.....	36
3.7.2 Uji Instrumen Data.....	36
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	37
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda	38
3.7.5 Uji Hipotesis	39
3.7.6 Koefisien Determinasi (R^2)	40
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	42
4.1.1 Sejarah Berdirinya Honda	42
4.1.2 Visi, Misi dan Motto Perusahaan	43
4.1.3 Motor Produksi Honda	43
4.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	46
4.2.1 Deskripsi Statistik Responden	46
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian.....	47
4.3 Hasil Analisis Data	50
4.3.1 Pengujian Instrumen Data	51
4.3.2 Pengujian Asumsi Klasik	52
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	54
4.3.4 Pengujian Hipotesis	56
4.3.5 Koefisien Determinasi	58
4.4 Pembahasan	59
4.4.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	59
4.4.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	60

4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	60
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Penjualan Sepeda Motor di Indonesia Tahun 2015-2017.....	3
Tabel 1.2: <i>Top Brand Award</i> Sepeda Motor Jenis Skuter matic Tahun 2017.....	4
Tabel 2.1: Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 4.1: Responden Menurut Usia.....	47
Tabel 4.2: Responden Menurut Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.3: Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Citra Merek.....	48
Tabel 4.4: Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Harga	49
Tabel 4.5: Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Kualitas Produk	49
Tabel 4.6: Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Keputusan Pembelian	50
Tabel 4.7: Hasil Pengujian Validitas	51
Tabel 4.8: Hasil Pengujian Reliabilitas	52
Tabel 4.9: Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4.10: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	55
Tabel 4.11: Hasil Uji F	57
Tabel 4.12: Hasil Uji t	57
Tabel 4.13: Hasil Uji Koefisien Determinasi	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Tahap – tahap Pengambilan Keputusan Pembelian..	13
Gambar 2.2: Kerangka Konsep Penelitian	27
Gambar 4.1: Hasil Uji Normalitas.....	53
Gambar 4.2: Hasil Uji Heteroskedastisitas	54

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Pengantar Kuesioner
- LAMPIRAN 2 : Rekapitulasi Kuesioner
- LAMPIRAN 3 : Deskriptif Responden
- LAMPIRAN 4 : Deskriptif Variabel Penelitian
- LAMPIRAN 5 : Hasil Uji Validitas
- LAMPIRAN 6 : Hasil Uji Reliabilitas
- LAMPIRAN 7 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis
- LAMPIRAN 8 : Tabel *r Product Moment*, Tabel Distribusi F, dan Tabel Distribusi t