

**PENGARUH CITRA MEREK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA BEAT SERIES
PADA JAYA ABADI MOTOR JEMBER**

SKRIPSI

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



Oleh:

**Achmad Malik Saputra
NIM 1410411176**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2019**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA BEAT SERIES
PADA JAYA ABADI MOTOR JEMBER**

SKRIPSI

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



Oleh:

**Achmad Malik Saputra
NIM 1410411176**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2019**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Achmad Malik Saputra
NIM : 1410411176
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: Pengaruh Citra Merek dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat Series pada Jaya Abadi 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 di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, April 2019

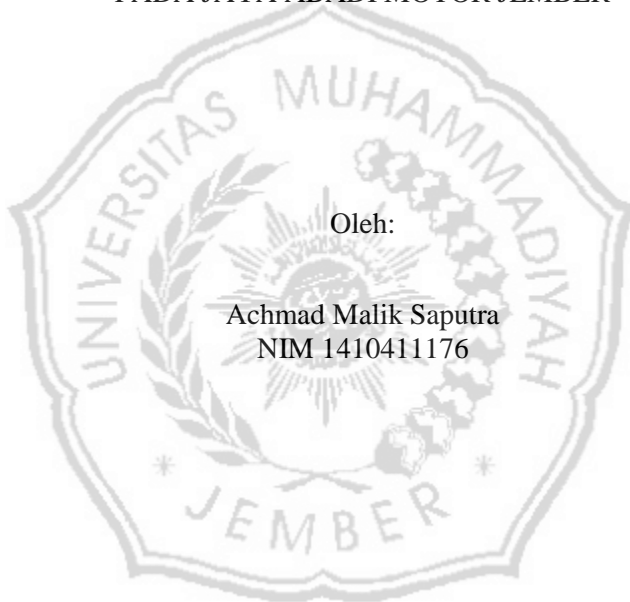
Yang menyatakan,

Materai
6000

Achmad Malik Saputra
NIM. 1410411176

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA BEAT SERIES
PADA JAYA ABADI MOTOR JEMBER



Oleh:

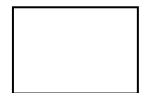
Achmad Malik Saputra
NIM 1410411176

Pembimbing:

Dosen Pendamping Utama : Dr. Toni Herlambang. MM



Dosen Pembimbing Pendamping : Dra. Wenny Murtalining Tyas. MSi



PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Pengaruh Citra Merek dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat Series pada Jaya Abadi Motor Jember, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 4 April 2019

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Trias Setyowati. SE., SH., MM
NPK 05 09 477

Anggota 1,

Anggota 2,

Dr. Toni Herlambang. MM
NPK 06 03 425

Dra. Wenny Murtalining Tyas. MSi
NPK 84 07 039

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Jurusan,

Dr. Arik Susbiyani, MSi
NPK 01 09 289

Drs. Anwar, MSc
NPK 85 03 125

MOTTO

Hai orang-orang yang beriman, mintalah pertolongan kepada Allah SWT dengan sabar dan shalat, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.

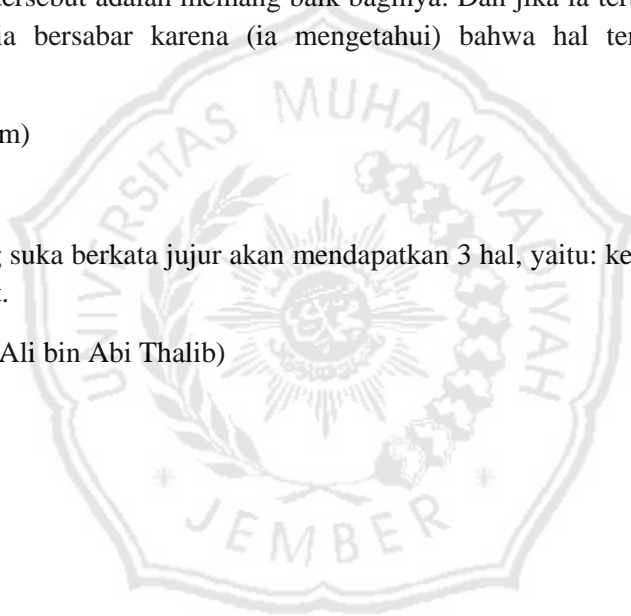
(Al-Baqarah: 153).

Sungguh menakjubkan perkara orang yang beriman, karena segala perkaranya adalah baik. Jika ia mendapatkan kenikmatan, ia bersyukur karena (ia mengetahui) bahwa hal tersebut adalah memang baik baginya. Dan jika ia tertimpa musibah atau kesulitan, ia bersabar karena (ia mengetahui) bahwa hal tersebut adalah baik baginya.

(HR. Muslim)

Orang yang suka berkata jujur akan mendapatkan 3 hal, yaitu: kepercayaan, cinta dan rasa hormat.

(Sayyidina Ali bin Abi Thalib)



PERSEMBAHAN

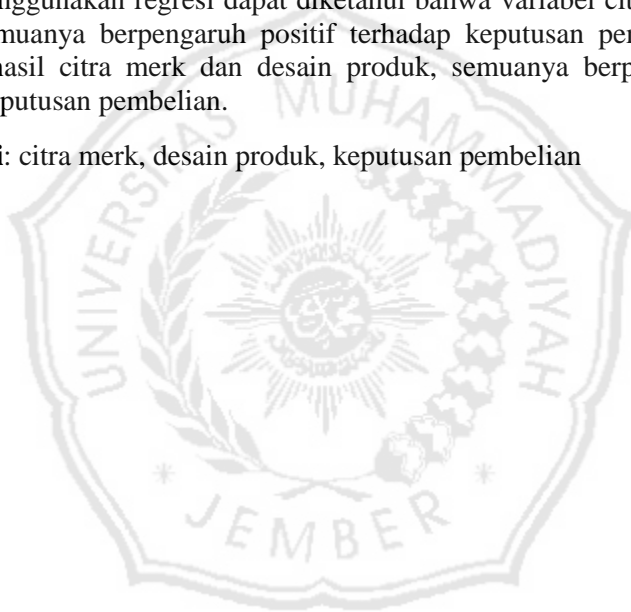
Alhamdulillah puji syukur aku panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman dan kasih-Nya kepadaku dalam mengerjakan skripsi ini, tidak lupa aku ucapkan banyak-banyak terima kasih kepada semua yang telah membantu aku di dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya:

1. Kedua orang tua yang tercinta, Bapak Nur Sahid dan mama Yuhana yang selama ini mendidik dan membimbing saya dan tiada henti-hentinya menyayangi saya. Dan selalu menuntun ke jalan dunia dan akhirat. Mereka merupakan inspirasi utama untuk melangkah dalam hidup ini.
2. Untuk Bude Yustina tercinta yang selama ini mendidik dan membimbing saya dan tiada henti-hentinya menyayangi saya. Serta selalu menuntun ke jalan dunia dan akhirat. Beliau juga merupakan inspirasi utama untuk melangkah dalam hidup ini.
3. Untuk kakak-kakak saya, Susi Ernawati dan Eva Qomariyana yang telah memberi semangat, motivasi, dan dorongan selama pembuatan skripsi hingga selesai.
4. Untuk saudara-saudara saya terima kasih banyak atas dukungan, semangat dan motivasi kalian selama proses pembuatan skripsi saya hingga selesai.
5. Almamater Universitas Muhammadiyah Jember yang saya banggakan.
6. Untuk teman-teman seangkatan dan seperjuangan Manajemen 2014 terima kasih kekompakan dan kebersamaan selama kita kuliah.
7. Untuk para sahabat terbaik yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu terima kasih banyak atas dukungan dan kebersamaan kalian selama proses pembuatan proposal hingga proses menuju ujian sidang.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada pembeli Honda Beat Series di Jaya Abadi Motor Jember. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merk dan desain produk terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa observasi, wawancara dan kuesioner terhadap 93 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), analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), dan uji hipotesis (uji F, uji t, koefisien determinasi). Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel citra merk dan desain produk, semuanya berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dari uji t diperoleh hasil citra merk dan desain produk, semuanya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

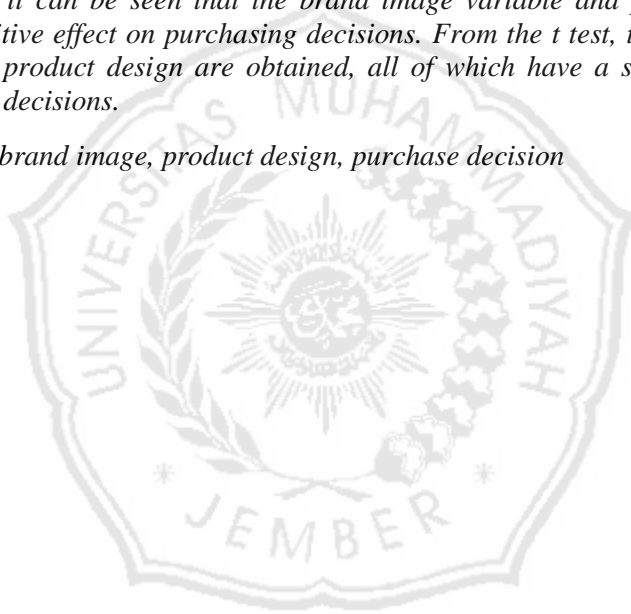
Kata kunci: citra merk, desain produk, keputusan pembelian



ABSTRACT

This research was conducted on the buyers of Honda Beat Series in Jaya Abadi Motor Jember. This study aims to determine the effect of brand image and product design on purchasing decisions. In this study data was collected by means of observations, interviews and questionnaires on 93 respondents with purposive sampling technique, which aims to determine the perceptions of respondents to each variable. The analysis used includes test data instruments (validity test, and reliability test), multiple linear regression analysis, classic assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test), and hypothesis testing (F test, t test, coefficient of determination). From the results of the analysis using regression, it can be seen that the brand image variable and product design, all have a positive effect on purchasing decisions. From the t test, the results of brand image and product design are obtained, all of which have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: brand image, product design, purchase decision



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang Allah SWT berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah SWT 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 dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat Series pada Jaya Abadi Motor 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. Drs. Anwar, MSc, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Dr. Toni Herlambang. MM, selaku dosen pembimbing I dan Dra. Wenny Murtalining Tyas. MSi, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Trias Setyowati. SE., SH., 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, April 2019
Penyusun

Achmad Malik Saputra



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	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Teori	7
2.1.1 Konsep Manajemen Pemasaran	7
2.1.2 Perilaku Konsumen	8
2.1.3 Keputusan Pembelian	9
2.1.4 Citra Merek	10
2.1.5 Desain Produk	13
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Konseptual	18
2.4 Hipotesis Penelitian	18
2.4.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	18
2.4.2 Pengaruh Desain terhadap Keputusan Pembelian	19
BAB 3 METODE PENELITIAN	20
3.1 Identifikasi Variabel	20
3.1.1 Variabel Independen/Bebas	20
3.1.2 Variabel Dependen/Terikat	20
3.2 Definisi Operasional Variabel	20
3.2.1 Citra Merek (X_1)	20

3.2.2 Desain Produk (X_2)	21
3.2.3 Keputusan Pembelian (Y)	21
3.3 Desain Penelitian	21
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	21
3.4.1 Populasi	21
3.4.2 Sampel	22
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	22
3.5 Jenis dan Sumber Data	22
3.5.1 Jenis Data	22
3.5.2 Sumber Data	23
3.6 Teknik Pengumpulan Data	23
3.7 Teknik Analisis Data	24
3.7.1 Uji Statistik Deskriptif	24
3.7.2 Uji Instrumen Data	25
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	26
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda	27
3.7.5 Uji Hipotesis	27
3.7.6 Koefisien Determinasi (R^2)	28
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	29
4.1.1 Sejarah Berdirinya Jaya Abadi Motor Jember	29
4.1.2 Visi dan Misi Jaya Abadi Motor Jember	29
4.1.3 Struktur Organisasi Jaya Abadi Motor Jember ...	30
4.1.4 <i>Job Description</i> / Deskripsi Jabatan	30
4.2 Hasil Analisis Statistik Dekskriptif	33
4.2.1 Diskripsi Statistik Responden	33
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian.....	34
4.3 Hasil Analisis Data	37
4.3.1 Pengujian Instrumen Data	37
4.3.2 Pengujian Asumsi Klasik	38
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	40
4.3.4 Pengujian Hipotesis	41
4.3.5 Koefisien Determinasi	43
4.4 Pembahasan	43
4.4.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	43
4.4.2 Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	44

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	46
5.1 Kesimpulan	46
5.2 Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	47



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1:	Penjualan 5 Besar Sepeda Motor Jenis Matik di Indonesia Tahun 2017	4
Tabel 1.2:	<i>Top Brand Index</i> Sepeda Motor Matik Tahun 2017.....	5
Tabel 1.3:	Penjualan Sepeda Motor Matik di Jaya Abadi Motor Jember Buan Januari – September 2018	5
Tabel 2.1:	Penelitian Terdahulu	16
Tabel 4.1:	Responden Menurut Usia	33
Tabel 4.2:	Responden Menurut Jenis Kelamin	33
Tabel 4.3:	Responden Menurut Tingkat Pendidikan	34
Tabel 4.4:	Responden Menurut Pekerjaan	34
Tabel 4.5:	Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Citra Merek	35
Tabel 4.6:	Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Desain Produk	36
Tabel 4.7:	Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Keputusan Pembelian	36
Tabel 4.8:	Hasil Pengujian Validitas	37
Tabel 4.9:	Hasil Pengujian Reliabilitas	38
Tabel 4.10:	Hasil Uji Multikolinearitas	39
Tabel 4.11:	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	40
Tabel 4.12:	Hasil Uji F.....	42
Tabel 4.13:	Hasil Uji t	42
Tabel 4.14:	Hasil Uji Koefisien Determinasi	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1:	Kerangka Konsep Penelitian	18
Gambar 4.1:	Struktur Organisasi Jaya Abadi Motor Jember	30
Gambar 4.2:	Hasil Uji Normalitas	39
Gambar 4.3:	Hasil Uji Heteroskedastisitas	40



DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : 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, dan Tabel Distribusi t

