

ABSTRAK

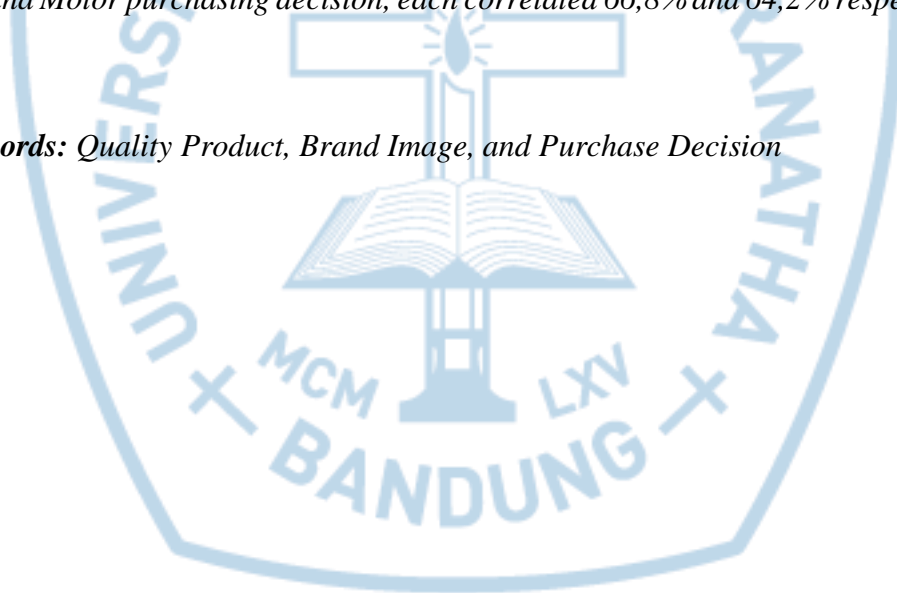
Bersaing merupakan hal yang harus dilakukan agar perusahaan dapat terus bertahan dan mencapai tujuan yang diinginkan. Saat ini, sarana transportasi telah menjadi bagian penting dari kehidupan manusia karena merupakan sarana untuk melakukan perpindahan. Yamaha Indonesia adalah salah satu produsen sepeda motor yang menyediakan semua produk untuk berbagai kalangan dengan produknya yang canggih dan modern. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan *brand image* terhadap keputusan pembelian Motor Yamaha. Data dari penelitian ini diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner. Sampel dari penelitian ini adalah mahasiswa/mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha yang sedang menggunakan atau pernah menggunakan motor Yamaha. Sampel diambil dengan cara metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang diolah dengan SPSS 23.0. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan *Brand Image* bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor Yamaha sebesar 47,2%, sedangkan sisanya sebesar 52,8%, dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti. Hasil penelitian secara parsial, dimensi kualitas produk dan *brand image* masing-masing berpengaruh terhadap keputusan pembelian, masing-masing berkorelasi sebesar 66,8% dan 64,2%.

Kata kunci: kualitas produk, *brand image*, dan keputusan pembelian

ABSTRACT

Compete is the thing to must do so the company can continue to survive and achieve the desired goals. Currently, transportation has become an important part of human life because transportation is a means for people to do the transfer. Yamaha Indonesia is one of the manufacturers of motorcycles that provide all the products for various group with the product of a sophisticated and modern. The purpose of this study is to find out how the influence of product quality and brand Image to purchase decision Yamaha Motorcycle. Data from this research was obtained by distributing questionnaires. The sample of this research is student of Faculty of Economics of Maranatha Christian University who are using or have used Yamaha motorcycle. Samples were taken by non-probability sampling method with purposive sampling technique. Data analysis method used is multiple linear regression analysis and obtained with SPSS 23.0. Based on the results of the calculation of coefficient of determination indicate that product quality and brand image together effect on purchasing decision of Yamaha motorcycle equal to 47,2%, while remaining 52,8% is influenced by other factor not observed in this study. The result of partially, Product Quality and Brand Image dimension respectively influence on Yamaha Motor purchasing decision, each correlated 66,8% and 64,2% respectively.

Keywords: *Quality Product, Brand Image, and Purchase Decision*



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL (Bahasa Indonesia).....	i
HALAMAN JUDUL (Bahasa Inggris).....	ii
LEMBAR HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iv
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran.....	10
2.1.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.1.3 Pengertian Bauran Pemasaran.....	11
2.1.2 Produk.....	13
2.1.2.1 Pengertian Produk.....	13
2.1.2.2 Tingkatan Produk.....	14
2.1.2.3 Klasifikasi Produk.....	15
2.1.3 Kualitas Produk.....	18
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	18
2.1.3.2 Dimensi Kualitas Produk.....	19
2.1.4 Merek.....	22
2.1.4.1 Pengertian Merek.....	22
2.1.4.2 Elemen Merek.....	23
2.1.4.3 Manfaat Merek.....	24
2.1.5 Brand Image.....	25
2.1.5.1 Pengertian Brand Image.....	25
2.1.5.2 Dimensi Brand Image.....	26
2.1.6 Perilaku Konsumen.....	28
2.1.6.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	28

2.1.6.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen...	29
2.1.6.3	Model Perilaku Konsumen.....	30
2.1.7	Keputusan Pembelian.....	31
2.1.7.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	31
2.1.7.2	Model Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian	32
2.1.7.3	Dimensi Keputusan Pembelian	34
2.2	Penelitian Terdahulu	37
2.3	Kerangka Teori.....	42
2.4	Rerangka Pemikiran.....	43
2.5	Pengembangan Hipotesis	45
2.6	Model Penelitian	47
BAB III	METODE PENELITIAN.....	48
3.1	Jenis Penelitian.....	48
3.2	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	48
3.2.1	Populasi.....	48
3.2.2	Sampel.....	49
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	49
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	50
3.4	Data, Jenis Data, dan Teknik Pengumpulan Data	54
3.5	Teknik Analisis Data.....	55
3.5.1	Uji Instrumen	55
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	56
3.5.3	Uji Hipotesis.....	58
3.5.3.1	Regresi Linier Berganda	58
3.5.3.2	Uji Pengaruh Simultan (Uji F)	59
3.5.3.3	Uji Pengaruh Parsial (Uji t).....	59
3.5.3.4	Uji Determinasi	60
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1	Hasil Penelitian	61
4.1.1	Identitas Responden	61
4.1.1.1	Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
4.1.1.2	Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	62
4.1.1.3	Gambaran Responden Berdasarkan Penghasilan / Uang Saku per Bulan	63
4.1.1.4	Gambaran Responden Berdasarkan Pernah Menggunakan Motor Yamaha	64
4.1.2	Hasil Kuesioner.....	65
4.1.2.1	Hasil Kuesioner Berkaitan Dengan Variabel Kualitas Produk	65
4.1.2.2	Hasil Kuesioner Berkaitan Dengan Variabel <i>Brand</i> <i>Image</i>	81
4.1.2.3	Hasil Kuesioner Berkaitan Dengan Variabel Keputusan Pembelian.....	87
4.1.3	Uji Instrumen	97
4.1.3.1	Uji Kecukupan Sampel	97
4.1.3.2	Uji Validitas	98

4.1.3.3 Uji Reliabilitas	103
4.1.4 Uji Asumsi Klasik	106
4.1.4.1 Uji Normalitas	106
4.1.4.2 Uji Multikolinieritas	107
4.1.4.3 Uji Heteroskedastisitas	108
4.1.5 Pengujian Hipotesis	109
4.1.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda	109
4.1.5.2 Uji Pengaruh Simultan (Uji F)	110
4.1.5.3 Uji Pengaruh Parsial (Uji t)	112
4.1.5.4 Uji Determinasi	114
4.2 Pembahasan	115
4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	115
4.2.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	116
4.2.3 Pengaruh Kualitas Produk dan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	117
4.3 Perbandingan dengan Hasil Riset Empiris	118
BAB V PENUTUP	119
5.1 Kesimpulan	119
5.2 Keterbatasan Penelitian	119
5.3 Implikasi Penelitian	120
5.4 Saran	121
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN	126
DAFTAR RIWAYAT HIDUP (<i>CURRICULUM VITAE</i>)	165

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	30
Gambar 2.2 Model Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	32
Gambar 2.3 Tahapan Keputusan Pembelian	33
Gambar 2.4 Kerangka Teori.....	42
Gambar 2.5 Rerangka Pemikiran	43
Gambar 2.6 Model Penelitian	47
Gambar 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Gambar 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	62
Gambar 4.3 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan / Uang Saku per Bulan .	63
Gambar 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pernah Menggunakan Motor Yamaha	64



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Sepeda Motor di Indonesia Tahun 2013 – Tahun 2017 (dalam unit).....	5
Tabel 1.2	Data Penjualan Sepeda Motor Yamaha di Indonesia Tahun 2013 – Tahun 2017 (dalam unit).....	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	50
Tabel 3.2	Skala Likert.....	55
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Penghasilan / Uang Saku per Bulan ...	63
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Pernah Menggunakan Motor Yamaha	64
Tabel 4.5	KP1 “Motor Yamaha memiliki mesin yang responsif dan pengereman yang aman”.....	65
Tabel 4.6	KP2 “Motor Yamaha irit bahan bakar”.....	66
Tabel 4.7	KP3 “Motor Yamaha memiliki umur mesin yang Panjang”.....	67
Tabel 4.8	KP4 “Motor Yamaha memiliki <i>handling</i> yang baik untuk mengendarai di dalam kota maupun luar kota”	68
Tabel 4.9	KP5 “Motor Yamaha memiliki bagian-bagian dalam sepeda motor yang tidak mudah rusak”.....	69
Tabel 4.10	KP6 “Motor Yamaha memiliki tenaga mesin yang baik”.....	70
Tabel 4.11	KP7 “Motor Yamaha memiliki spesifikasi yang sesuai dengan harapan”	71
Tabel 4.12	KP8 “Motor Yamaha memiliki warna/model yang sesuai yang dapat diterima sebagian besar pengguna”.....	72
Tabel 4.13	KP9 “Motor Yamaha mudah dinyalakan di pagi hari.....	73
Tabel 4.14	KP10 “Motor Yamaha hanya memerlukan sedikit perawatan.....	74
Tabel 4.15	KP11 “Motor Yamaha memiliki kualitas pelayanan pelanggan yang memuaskan”.....	75
Tabel 4.16	KP12 “Motor Yamaha memiliki dealer yang memberikan pelayanan servis terhadap Motor Yamaha dengan baik dan nyaman”	76
Tabel 4.17	KP13 “Motor Yamaha memenuhi kebutuhan dasar sepeda motor yang dibutuhkan manusia”.....	77
Tabel 4.18	KP14 “Motor Yamaha memiliki <i>body</i> yang mewah dan <i>sporty</i> ”	78
Tabel 4.19	KP15 “Motor Yamaha memiliki ketersediaan suku cadang dan aksesoris yang banyak”	79
Tabel 4.20	KP16 “Harga suku cadang Motor Yamaha cukup terjangkau”	80
Tabel 4.21	BI1 “Yamaha merupakan perusahaan otomotif sepeda motor terkenal di Indonesia”	81
Tabel 4.22	BI2 “Yamaha merupakan perusahaan otomotif sepeda motor yang dapat dipercaya”	82

Tabel 4.23 BI3 “Yamaha selalu menghasilkan produk yang berkualitas dan konsisten”	83
Tabel 4.24 BI4 “Yamaha selalu menghasilkan produk yang layak digunakan”	84
Tabel 4.25 BI5 “Saya percaya diri menggunakan produk Yamaha”	85
Tabel 4.26 BI6 “Saya cerdas dalam memilih dan menggunakan motor Yamaha” 86	
Tabel 4.27 KPEM1 “Saya memilih produk dari motor Yamaha karena memiliki kualitas yang baik dan dapat memenuhi kebutuhan transportasi”	87
Tabel 4.28 KPEM2 “Saya memilih produk dari motor Yamaha karena dapat diandalkan untuk kegiatan sehari-hari”	88
Tabel 4.29 KPEM3 “Saya memilih merek Yamaha karena percaya dengan merek Yamaha”	89
Tabel 4.30 KPEM4 “Saya Memilih merek Yamaha karena kualitas motor yang sesuai dengan harapan”	90
Tabel 4.31 KPEM5 “Saya membeli motor Yamaha di showroom resmi karena lebih terjamin”	91
Tabel 4.32 KPEM6 “Showroom resmi motor Yamaha banyak ditemui di berbagai lokasi”	92
Tabel 4.33 KPEM7 “Saya diberikan banyak pilihan produk”	93
Tabel 4.34 KPEM8 “Saya diberikan waktu pilihan memilih motor Yamaha yang panjang”	94
Tabel 4.35 KPEM9 “Saya dapat berkunjung showroom motor Yamaha sesuai keinginan”	95
Tabel 4.36 KPEM10 “Pembayaran motor Yamaha dapat dengan tunai maupun non tunai”	96
Tabel 4.37 KMO and Bartlett's Test	97
Tabel 4.38 Confirmatory Factor Analysis	99
Tabel 4.39 Confirmatory Factor Analysis	101
Tabel 4.40 Tabel Valid	102
Tabel 4.41 Uji Reliabilitas Kualitas Produk	103
Tabel 4.42 Uji Reliabilitas Brand Image	104
Tabel 4.43 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	104
Tabel 4.44 Hasil Uji Reliabilitas	105
Tabel 4.45 Uji Normalitas	106
Tabel 4.46 Uji Multikolinieritas	107
Tabel 4.47 Uji Heteroskedastisitas	108
Tabel 4.48 Analisis Regresi Linier Berganda Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian	109
Tabel 4.49 Uji Pengaruh Simultan (Uji F)	111
Tabel 4.50 Uji Pengaruh Parsial (Uji t)	112
Tabel 4.51 Korelasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	113
Tabel 4.52 Korelasi Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian	113
Tabel 4.53 Koefisien Determinasi	114
Tabel 4.54 Perbandingan dengan Hasil Riset Empiris	118

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian.....	127
Lampiran B Hasil Data Kuesioner	132
Lampiran C Identitas Responden.....	144
Lampiran D Hasil Kuesioner	146
Lampiran E Uji Instrumen	157
Lampiran F Uji Asumsi Klasik	162
Lampiran G Pengujian Hipotesis	163

