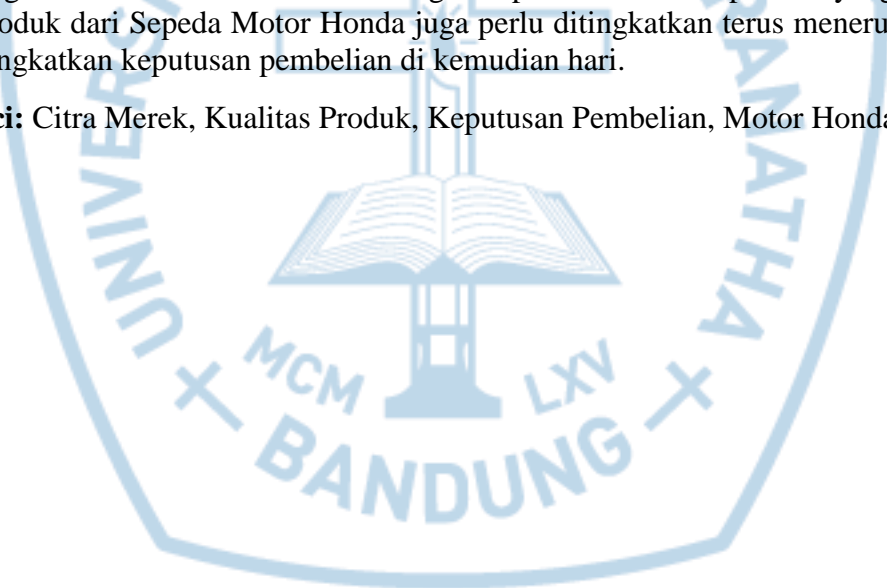


## ABSTRAK

Penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda”. Dengan demikian, jenis penelitian ini adalah Causal Explanatory. Adapun objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha yang menggunakan sepeda motor *matic* merek Honda. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa dan mahasiswi Universitas Kristen Bandung. Sampel untuk penelitian ini adalah mahasiswa dan mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha yang menggunakan sepeda motor *matic* merek Honda. Jumlah sampel yang akan diambil berjumlah 90 responden. Berdasarkan pengolahan data penelitian, ditemukan bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, secara simultan, citra merek dan kualitas produk dapat memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian yang lebih besar. Dengan demikian, disarankan bahwa perusahaan Honda perlu terus mendorong Citra Merek yang positif, dengan memberikan informasi mengenai perusahaan dan produk yang baik, dan Kualitas produk dari Sepeda Motor Honda juga perlu ditingkatkan terus menerus, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian di kemudian hari.

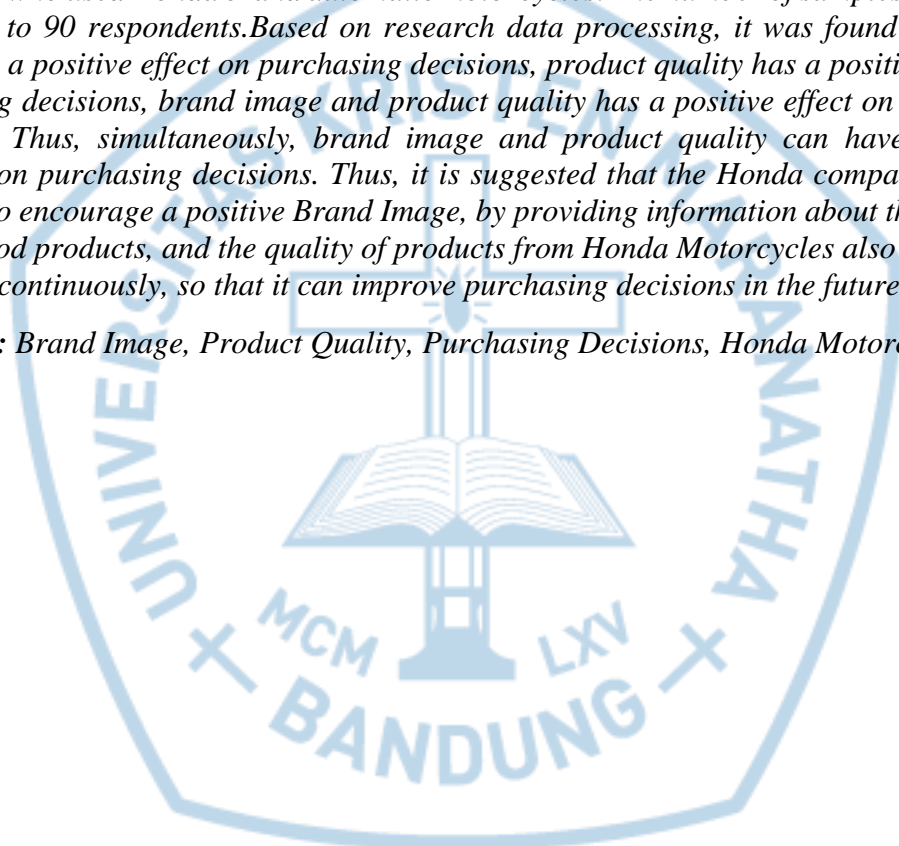
**Kata Kunci:** Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Motor Honda



## **ABSTRACT**

*The author intends to conduct research under the title "The Effect of Brand Image and Product Quality on Honda Motor Purchasing Decisions". Based on these objectives, this type of research is Causal Explanatory. The objects in this study were students of the Faculty of Economics, Maranatha Christian University who used Honda brand automatic motorcycles. The scale used for operational variables uses interval scales. The population in this study were students of Bandung Christian University. The sample for this study were students of Management Department of the Faculty of Economics, Maranatha Christian University who used Honda brand automatic motorcycles. The number of samples to be taken amounted to 90 respondents. Based on research data processing, it was found that brand image has a positive effect on purchasing decisions, product quality has a positive effect on purchasing decisions, brand image and product quality has a positive effect on purchasing decisions. Thus, simultaneously, brand image and product quality can have a greater influence on purchasing decisions. Thus, it is suggested that the Honda company needs to continue to encourage a positive Brand Image, by providing information about the company and its good products, and the quality of products from Honda Motorcycles also needs to be improved continuously, so that it can improve purchasing decisions in the future.*

**Keywords:** *Brand Image, Product Quality, Purchasing Decisions, Honda Motorcycle*



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI .....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xvii
DAFTAR GAMBAR .....	xx
BAB I: PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Manfaat Penelitian .....	8
BAB II: KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	10

2.1. Kajian Pustaka .....	10
2.1.1. Pemasaran .....	10
2.1.2. Bauran Pemasaran .....	11
2.1.3. Tingkatan Produk .....	13
2.1.4. Hirarki Produk .....	14
2.1.5. Bauran Produk .....	15
2.1.6. Kualitas Produk .....	16
2.1.7. Merek .....	18
2.1.8. Citra Merek .....	20
2.1.9. Keputusan Pembelian .....	21
2.1.9.1. Pengenalan Masalah .....	22
2.1.9.2. Pencarian Informasi .....	22
2.1.9.3. Evaluasi Alternatif .....	23
2.1.9.4. Keputusan Pembelian .....	23
2.1.9.5. Perilaku Pasca Pembelian .....	24
2.10. Kerangka Pemikiran .....	26
2.11. Penelitian Terdahulu .....	27
2.12. Pengembangan Hipotesis .....	29
2.12.1. Hubungan Citra Merek dan Keputusan Pembelian .....	29
2.12.2. Hubungan Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian .....	30
2.12.3. Hubungan Citra Merek dan Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian .....	31

2.13. Model Penelitian.....	32
BAB III: METODE PENELITIAN.....	33
3.1. Jenis Penelitian .....	33
3.2. Objek Penelitian .....	33
3.3. Variabel dan Operasionalisasi Variabel .....	34
3.4. Populasi dan Sampel.....	36
3.4.1. Populasi .....	36
3.4.2. Sampel.....	36
3.4.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	37
3.5. Metode Pengumpulan Data .....	38
3.6. Metode Analisis Data .....	38
3.6.1. Analisis Kuantitatif.....	39
3.6.2. Uji Instrumen.....	40
3.6.2.1. Uji Validitas.....	40
3.6.2.2. Uji Reliabilitas.....	41
3.6.3. Uji Asumsi Klasik .....	41
3.6.3.1. Uji Normalitas .....	41
3.6.3.2. Uji Heterokedastisitas.....	42
3.6.4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	42
3.6.5. Uji Hipotesis.....	43

3.6.5.1. Uji t.....	43
3.6.5.2. Uji Determinasi (R2) .....	44
BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1. Karakteristik Responden.....	45
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Prodi / Fakultas .....	46
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	47
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan.....	48
4.1.5. Hasil Kuesioner Penelitian .....	49
4.1.5.1. Citra Merek.....	49
4.1.5.1.1. Pernyataan Responden PT Astra Honda Motor Mempunyai Image yang Baik ..49	
4.1.5.1.2. Pernyataan Responden Motor <i>Matic</i> Merek Honda Adalah Motor <i>Matic</i> Pertama yang Muncul Dalam Benak Konsumen.....	50
4.1.5.1.3. Pernyataan Responden Motor <i>Matic</i> Merek Honda Memiliki Daya Tahan Mesin yang Baik .....	51
4.1.5.2. Kualitas Produk .....	52
4.1.5.2.1. Pernyataan Responden Motor <i>Matic</i> Merek Honda Mampu Menjalankan Fungsi Sesuai Produk Inti yang Dibeli.....	52
4.1.5.2.2. Pernyataan Responden Keandalan Motor <i>Matic</i> Merek Honda Memiliki Keistimewaan Tambahan Sesuai Dengan Kebutuhan .....	53

4.1.5.2.3. Pernyataan Responden Kesesuaian Dengan Spesifikasi Berdasarkan Keinginan Konsumen.....	54
4.1.5.2.4. Pernyataan Responden Motor <i>Matic</i> Merek Honda Memiliki Kualitas Material yang Baik.....	55
4.1.5.2.5. Pernyataan Responden Tersedianya Suku Cadang yang Mudah Didapatkan di Dealer Honda.....	56
4.1.5.2.6. Pernyataan Responden Motor <i>Matic</i> Merek Honda Memiliki Design Produk yang Elegan dan Sporty.....	57
4.1.5.2.7. Pernyataan Responden Motor <i>Matic</i> Merek Honda Mudah Untuk Dikendarai ..	58
4.1.5.3. Keputusan Pembelian .....	59
4.1.5.3.1. Pernyataan Responden Membeli Motor <i>Matic</i> merek Honda Untuk Memenuhi Kebutuhan Transportasi.....	59
4.1.5.3.2. Pernyataan Responden Memperoleh Informasi Mengenai Motor <i>Matic</i> Merek Honda Dari Dealer Resmi Honda, Iklan TV, Catalog/Surat Kabar dan Internet .....	60
4.1.5.3.3. Pernyataan Responden Melakukan Perbandingan Antara Motor <i>Matic</i> Merek Honda Dengan Sepeda Motor <i>Matic</i> Merek Lainnya.....	61
4.1.5.3.4. Pernyataan Responden Membeli Motor <i>Matic</i> Merek Honda Karena Sesuai Dengan Apa yang Diharapkan.....	62
4.1.5.3.5. Pernyataan Responden Tidak Ragu Melakukan Pembelian Ulang Motor <i>Matic</i> Merek Honda .....	63
4.6. Hasil Analisis dan Pembahasan.....	64
4.6.1. Uji Normalitas .....	64
4.6.2. Uji Heterokedastisitas.....	65

4.6.3. Uji Validitas.....	68
4.6.4. Uji Reliabilitas.....	68
4.7. Analisis Regresi Linier .....	72
4.7.1. Analisis Uji Regresi.....	72
4.7.2. Uji Regresi linier Sederhana (Uji t).....	73
4.7.3. Uji Regresi Linier Berganda (Uji F) .....	77
4.7.4. Uji Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	78
4.8. Pembahasan .....	79
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN .....	82
5.1. Kesimpulan.....	82
5.2. Implikasi Manajerial.....	83
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	83
5.4. Saran .....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN .....	88
LAMPIRAN DATA PENELITIAN.....	90
OLAH DATA PENELITIAN DENGAN SPSS.....	97
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (CURRICULUM VITAE) .....	110

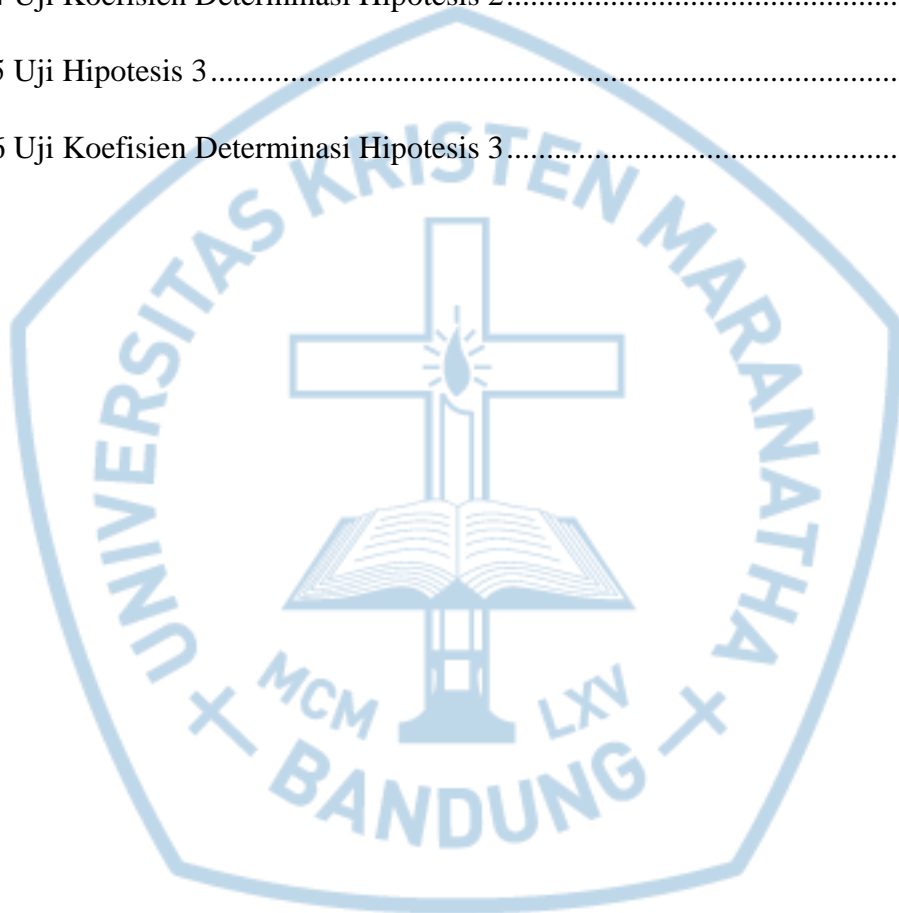


## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Award Kategori Sepeda Motor <i>Matic</i> di Indonesia Tahun 2018 dan 2019 .....	5
Tabel 1.2 Total Penjualan dan Market Share Roda Dua Tahun 2018 .....	6
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	35
Tabel 3.2 Skala Likert .....	39
Tabel 4.1 Jenis Kelamin .....	46
Tabel 4.2 Prodi / Fakultas .....	46
Tabel 4.3 Tempat Tinggal .....	47
Tabel 4.4 Pengeluaran Per Bulan .....	48
Tabel 4.5 PT Astra Honda Motor Mempunyai Image yang Baik .....	49
Tabel 4.6 Motor <i>Matic</i> Merek Honda Adalah Motor <i>Matic</i> Pertama yang Muncul Dalam Benak Konsumen.....	50
Tabel 4.7 Motor <i>Matic</i> Merek Honda Memiliki Daya Tahan Mesin yang Baik .....	51
Tabel 4.8 Motor <i>Matic</i> Merek Honda Mampu Menjalankan Fungsi Sesuai Produk Inti yang Dibeli .....	52
Tabel 4.9 Keandalan Motor <i>Matic</i> Merek Honda Memiliki Keistimewaan Tambahan Sesuai Dengan Kebutuhan.....	53
Tabel 4.10 Kesesuaian Dengan Spesifikasi Berdasarkan Keinginan Konsumen .....	54
Tabel 4.11 Motor <i>Matic</i> Merek Honda Memiliki Kualitas Material yang Baik.....	55
Tabel 4.12 Tersedianya Suku Cadang yang Mudah Didapatkan di Dealer Honda .....	56

Tabel 4.13 Motor <i>Matic</i> Merek Honda Memiliki Design Produk yang Elegan dan Sporty .....	57
Tabel 4.14 Motor <i>Matic</i> Merek Honda Mudah Untuk Dikendarai.....	58
Tabel 4.15 Membeli Motor <i>Matic</i> merek Honda Untuk Memenuhi Kebutuhan Transportasi .....	59
Tabel 4.16 Memperoleh Informasi Mengenai Motor <i>Matic</i> Merek Honda Dari Dealer Resmi Honda, Iklan TV, Catalog/Surat Kabar dan Internet .....	60
Tabel 4.17 Melakukan Perbandingan Antara Motor <i>Matic</i> Merek Honda Dengan Sepeda Motor <i>Matic</i> Merek Lainnya .....	61
Tabel 4.18 Membeli Motor <i>Matic</i> Merek Honda Karena Sesuai Dengan Apa yang Diharapkan.....	62
Tabel 4.19 Tidak Ragu Melakukan Pembelian Ulang Motor <i>Matic</i> Merek Honda .....	63
Tabel 4.20 Hasil Uji Normalitas .....	64
Tabel 4.21 Uji Heterokedastisitas .....	66
Tabel 4.22 Hasil Uji Validitas .....	67
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas .....	67
Tabel 4.24 Uji Reliabilitas (Citra Merek).....	69
Tabel 4.25 Item-Total Statistics .....	69
Tabel 4.26 Uji Reliabilitas (Kualitas Produk) .....	70
Tabel 4.27 Item-Total Statistics .....	70
Tabel 4.28 Uji Reliabilitas (Keputusan Pembelian) .....	71
Tabel 4.29 Item-Total Statistics .....	71

Tabel 4.30 Regresi Linier Berganda.....	72
Tabel 4.31 Uji Hipotesis 1 .....	74
Tabel 4.32 Uji Koefisien Determinasi Hipotesis 1 .....	75
Tabel 4.33 Uji Hipotesis 2.....	76
Tabel 4.34 Uji Koefisien Determinasi Hipotesis 2.....	76
Tabel 4.35 Uji Hipotesis 3.....	78
Tabel 4.36 Uji Koefisien Determinasi Hipotesis 3.....	79



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	21
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran .....	26
Gambar 2.3 Model Penelitian .....	32
Gambar 4.1 Uji Normalitas .....	65

