

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi pada Konsumen Produk Honda Scoopy FI Esp
di Kota Surabaya)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh:

DWI RIZKI PRASETYOWATI

NPM : 13420028

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2018

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Dwi Rizki Prasetyowati**
NPM : **13420028**
Alamat : **Jelidro Indah Blok III/18, Surabaya**
Program Studi : **Manajemen**
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi degan judul

“Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Produk Honda Scoopy FI eSP di Kota Surabaya)” adalah benar-benar karya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 10 Juli 2018
Yang membuat pernyataan



(Dwi Rizki Prasetyowati)
NPM : 13420028

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada Konsumen Produk Honda Scoopy FI eSP di Kota Surabaya)**

Diajukan Oleh:

DWI RIZKI PRASETYOWATI

NPM : 13420028

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Atty Erdiana, SE., M.Ak.

Tanggal, 12 Juli 2018

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Siti Djamilah, SE., MSi.

Tanggal, 12 Juli 2018

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada Konsumen Produk Honda Scoopy FI eSP di Kota Surabaya)**

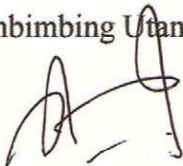
Dipersiapkan dan disusun oleh:

DWI RIZKI PRASETYOWATI

NPM : 13420028

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Atty Erdiana, SE., M.Ak.

Anggota Dewan Penguji Lain



Dr. Siti Djamilah, SE., MSi.

.....



Drs. Ec. Redy Eko Hari S.,MM

.....

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal 15 Agustus 2018



Dr. Siti Djamilah, SE., MSi.

Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN Studi pada Konsumen Produk Honda Scoopy FI eSP di Kota Surabaya” dapat disusun dan diselesaikan dengan baik.

Adapun tujuan penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang memberikan bantuan moril maupun materil baik langsung maupun tidak langsung dari permulaan sampai selesainya penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. H. Sri Harmadji, dr. Sp. THT-LK(K) selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Iman Karyadi, Ak.,MM., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta dewan penguji.

4. Ibu Atty Erdiana, SE., M.Ak selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu dan membimbing saya sejak awal sampai dengan terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM, M.Ak. selaku dosen wali akademik
6. Bapak Drs. Ec. Redy Eko Hari Suprpto, MM. selaku dewan penguji yang telah menguji dan mengarahkan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen semua beserta staff yang telah memberikan bekal selama saya menuntut ilmu di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
8. Untuk keluarga saya ayah Wasit, ibu Munapsiyah, kakak Aries Prasetyo, bapak Pariono, ibu Lasmini dan spesial untuk yang tersayang Rabella Nisha Aulia Insayoki Herman yang telah memberikan dorongan dan semangat selama masa studi dari awal perkuliahan hingga akhir.
9. Untuk teman terbaik saya Diana, Fita, Intan, Mas Tono dan teman-teman jurusan Ekonomi Manajemen kelas F angkatan 2013 yang selalu mengingatkan saya untuk menyelesaikan skripsi serta mensupport saya tanpa henti, terimakasih banyak semuanya.

Akhir kata penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Surabaya Juli 2018

Penulis,

Dwi Rizki Prasetyowati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Sistematika Skripsi	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	11
2.1.1. Konsep Pemasaran	11
2.1.2. Merek (<i>Brand</i>)	12

2.1.2.1. Pengertian Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	13
2.1.2.2. Faktor Pembentuk Citra Merek	14
2.1.2.3. Dimensi Citra Merek	15
2.1.2.4. Cara Membangun Merek Yang Kuat	16
2.1.3. Produk	17
2.1.3.1. Atribut Produk	18
2.1.3.2. Kualitas Produk	19
2.1.3.3. Perspektif Kualitas	21
2.1.3.4. Dimensi Kualitas Produk	22
2.1.4. Keputusan Pembelian	23
2.1.4.1. Jenis-jenis Keputusan Pembelian	24
2.1.4.2. Proses Keputusan Pembelian	26
2.1.4.3. Pihak-pihak yang berperan dalam proses pembelian.....	28
2.1.4.4. Motif-motif pembeli (<i>buying motives</i>).....	29
2.1.5. Hubungan Citra Merek Dengan Keputusan Pembelian	30
2.1.6. Hubungan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian	31
2.2. Penelitian Sebelumnya	32
2.3. Hipotesis dan Model Analisis	33
2.3.1. Hipotesis	33
2.3.2. Model Analisis	33

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian	34
----------------------------------	----

3.2. Populasi dan Sampel	34
3.2.1. Populasi	34
3.2.2. Sampel	35
3.3. Identifikasi Variabel	36
3.4. Definisi Operasional Variabel	37
3.5. Jenis dan Sumber Data	41
3.5.1. Data Primer	41
3.5.2. Data Sekunder	41
3.6. Prosedur Pengumpulan Data	41
3.6.1. Pustaka	41
3.6.2. Kuesioner	42
3.7. Teknik Analisis	43
3.7.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	44
3.7.2. Uji Regresi Linier Berganda	45
3.7.3. Koefisien Determinasi Berganda	45
3.7.4. Pengujian Hipotesis	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	51
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian	54
4.2.1. Deskripsi Identitas Responden	54
4.3. Deskripsi Mengenai Variabel Penelitian	56
4.3.1. Tanggapan Responden Tentang Citra Merek (X_1)	57

4.3.2. Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk (X_2)	58
4.3.3. Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian (Y)	59
4.4. Hasil Analisis Data	61
4.4.1. Hasil Pengujian Validitas	61
4.4.2. Hasil Pengujian Reliabilitas	62
4.5. Uji Model	63
4.5.1. Hasil Pengujian Koefisien Regresi Linier Berganda	63
4.5.2. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Berganda	64
4.6. Uji Hipotesis	65
4.6.1. Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t)	65
4.6.2. Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)	69
4.7. Pembahasan	71

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan	75
5.2. Saran	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1.1	Data Spesifikasi Motor Honda Scoopy	5
1.2	Data Penjualan Honda Scoopy FI ESP	6
2.1	Penelitian Terdahulu	32
3.1	Kriteria Bobot Jawaban Responden	43
4.1	Data Identifikasi Responden	54
4.2	Karakteristik Penyebaran Wilayah Responden	55
4.3	Katagori Penilaian	57
4.4	Jawaban Responden Tentang Citra Merek (X_1)	57
4.5	Jawaban Responden Tentang Kualitas Produk (X_2)	58
4.6	Jawaban Responden Tentang Keputusan Pembelian (Y)	60
4.7	Hasil Pengujian Validitas	61
4.8	Hasil Pengujian Reliabilitas	62
4.9	Nilai Koefisien Determinasi Berganda	65
4.10	Hasil Analisis Uji t	66
4.11	Hasil Analisis Uji F	69

DAFTAR GAMBAR

2.1	Model Analisis Penelitian	33
3.1	Kurva Distribusi t	48
3.2	Kurva Distribusi F	50
4.1	Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	67
4.2	Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	68
4.3	Kurva Distribusi Uji F	70

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	Kuesioner
LAMPIRAN II	Input Data SPSS
LAMPIRAN III	Output Data SPSS
LAMPIRAN IV	Tabel pengujian Nilai F & t dan Tabel r

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh citra merek dan kualitas produk secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian (Studi pada Konsumen Produk Sepeda Motor Honda Scoopy FI eSP di Kota Surabaya). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah citra merek dan kualitas produk. Sedangkan variabel terikat adalah keputusan pembelian (Studi pada Konsumen Produk Sepeda Motor Honda Scoopy FI eSP di Kota Surabaya).

Dalam penelitian ini, penentuan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling* dengan prosedur *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 94 orang. Uji Hipotesa dengan melakukan analisa regresi linier berganda. Sebelum dilakukan uji hipotesis dilakukan uji reliabilitas dan validitas. Hasilnya adalah semua variabel valid dan reliabel, hasil uji F menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan signifikansi 0,000. Dengan demikian hipotesis yang pertama menyatakan “citra merek dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Studi pada Konsumen Produk Sepeda Motor Honda Scoopy FI eSP di Kota Surabaya)” dapat didukung kebenarannya.

Hasil uji t menunjukkan masing-masing variabel dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hipotesis yang kedua yang menyatakan “citra merek dan kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Studi pada Konsumen Produk Sepeda Motor Honda Scoopy FI eSP di Kota Surabaya)” dapat didukung kebenarannya.

Kata Kunci : Citra merek, kualitas produk dan keputusan pembelian

ABSTRACTION

The purpose of this study is to examine the influence of brand image and product quality simultaneously and partially to the purchase decision (Study on Consumer Motorcycle Products Honda Scoopy FI eSP in Surabaya). The independent variables in this research are brand image and product quality. While the dependent variable is the purchase decision (Study on Consumer Motorcycle Products Honda Scoopy FI eSP in Surabaya).

In this research, the determination of the sample is done by non probability sampling method with purposive sampling procedure. The sample used is 94 people. Test Hypothesis by performing multiple linear regression analysis. Prior to hypothesis testing conducted reliability and validity test. The result is all valid and reliable variables, F test results show $F_{count} > F_{table}$ with significance 0.000. Thus the first hypothesis states "brand image and product quality simultaneously have a significant effect on purchasing decisions (Study on Consumer Motorcycle Products Honda Scoopy FI eSP in Surabaya)" can be supported truth.

Result of t test show each variable with significance less than 0,05. Thus the second hypothesis that states "brand image and product quality partially significant effect on purchasing decisions (Study on Consumer Products Motorcycle Honda Scoopy FI eSP in Surabaya)" can be supported truth.

Keywords: *Brand image, product quality and purchase decision*