



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
SEPEDA MOTOR *MATIC* HONDA BEAT  
(Studi Kasus Pada Konsumen Ciledug)**

**SKRIPSI**

**ZIKRIL HAKIM      1510111063**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA  
2019**



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
SEPEDA MOTOR *MATIC* HONDA BEAT  
(Studi Kasus Pada Konsumen Ciledug)**

**SKRIPSI  
Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi**

**ZIKRIL HAKIM      1510111063**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA  
2019**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Zikril Hakim

NIM : 1510111063

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 07 Januari 2019

Yang menyatakan,



Zikril Hakim

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zikril Hakim  
NIM. : 1510111063  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen Program Sarjana  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*NonExclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

**“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap  
Keputusan Pembelian Pada Sepeda Motor *Matic* Honda Beat (Studi Kasus  
Pada Konsumen Ciledug)”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada Tanggal : 07 Januari 2019

Yang menyatakan



Zikril Hakim

# SKRIPSI

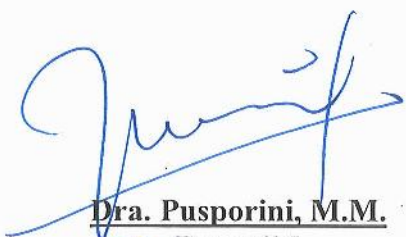
## PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPEDA MOTOR *MATIC* HONDA BEAT (Studi Kasus Pada Konsumen Ciledug)


*Dipersiapkan dan disusun oleh:*

**ZIKRIL HAKIM 1510111063**


Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 07 Januari 2019  
Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

  
Drs. Nobelson, M.M.  
Ketua Penguji

  
Dra. Pusporini, M.M.  
Penguji I

  
Dr. Miguna Astuti, S.Si., M.M.  
Penguji II (Pembimbing)

  
Dr. Jubaedah, S.E., M.M.  
Ketua Jurusan Manajemen

  
Wahyudi, S.E., M.M.  
Ketua Program Studi Manajemen  
Program Sarjana

Disahkan di : Jakarta  
Pada Tanggal : 07 Januari 2019

***The Effect of Brand Image, Product Quality, and Promotion on Buying Decision of Honda Beat Matic Motorcycle (Case of Studies on Ciledug Consumers)***

***By Zikril Hakim***

***Abstract***

*This research is a quantitative research that aims to determine the effect of brand image, product quality, and promotion on buying decision. The population in this study were Honda Beat matic motorcycle consumers in Ciledug. The sample size was taken as many as 70 respondents, with a non probability sampling method and focused on accidental sampling. The data collected through the distribution of questionnaires. The analysis technique is using PLS (Partial Least Square) analysis with SmartPLS3.0 software. The results of this study indicates that (1) Brand image has a positive and significant influence on buying decision. (2) Product quality has a positive and significant influence on buying decision. (3) Promotion has no influence and is not significant on buying decision. Based on the three independent variables which is brand image, product quality, and promotion the one that has most contribution is the product quality variable.*

*Keywords : Brand Image, Product Quality, Promotion, and Buying Decision.*

**Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan  
Pembelian Pada Sepeda Motor *Matic* Honda Beat (Studi Kasus Pada  
Konsumen Ciledug)**

**Oleh Zikril Hakim**

**Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen jasa sepeda motor *matic* Honda Beat di Ciledug. Ukuran sampel diambil sebanyak 70 orang responden, dengan metode *non probability sampling* khususnya *accidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*) dengan *software SmartPLS3.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Citra merek memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. (2) Kualitas produk memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. (3) Promosi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari ketiga variabel independen yang terdiri dari citra merek, kualitas produk, dan promosi yang memberikan kontribusi terbesar adalah variabel kualitas produk.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, dan Keputusan Pembelian.



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

## EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax: 7692856  
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : [puskom@upnvj.ac.id](mailto:puskom@upnvj.ac.id)

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GASAL TA. 2018/2019

Hari ini Senin , tanggal 07 Januari 2019, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : ZIKRIL HAKIM

No.Pokok Mahasiswa : 1510111063

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepeda Motor Matic Honda Beat (Studi Kasus Pada Konsumen Ciledug)**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus \**)

#### Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Drs. Nobelson, MM	Ketua	1. ....
2	Dra. Pusporini, MM	Anggota I	2. ....
3	Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM	Anggota II (**)	3. ....

Keterangan :

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing





## PRAKATA

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat serta karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Agustus sampai dengan Desember 2018 dengan Judul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepeda Motor *Matic* Honda Beat (Studi Kasus Pada Konsumen Ciledug)”**. Pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M. CFMP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jakarta, Bapak Wahyudi, S.E., M.M. selaku Ka. ProgdI S1 Manajemen. Bapak Drs. Yul Tito Permadhy, M.M. selaku dosen pembimbing akademik. Kemudian Ibu Dr. Miguna Astuti, S.Si, M.M. dan Bapak Drs. Haryanto Ridwan, M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan arahan dan saran-saran yang sangat bermanfaat, serta ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada seluruh Dosen, Staff Admin Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bimbingan maupun arahan selama penelitian berjalan.

Di samping itu, ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Bapak H.S.S Burhanuddin Hasjim dan Ibu Royani selaku kedua orangtua tercinta serta Siti Mabrur Rachmah selaku kakak yang tiada hentinya memberikan semangat dan selalu mendoakan yang terbaik agar skripsi ini berhasil diselesaikan. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Wafa Nabila yang sudah mendampingi selama proses penelitian ini berlangsung. Selanjutnya kepada Nur Fatkhul Hidayat, Nayoko Hanif, dan Nandhika Dwi Prasetya yang juga dikenal sebagai Geng Besar karena sudah memberi dukungan selama penelitian dan seluruh teman-teman seperjuangan serta seluruh teman-teman S1 Manajemen 2015 yang telah memberikan semangat dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Jakarta, 07 Januari 2019

Zikril Hakim

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b> .....	<b>viii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	7
2.1.1 Keputusan Pembelian, Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi .....	7
2.1.2 Citra Merek dan Keputusan Pembelian .....	25
2.1.3 Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian .....	26
2.1.4 Promosi dan Keputusan Pembelian .....	26
2.2 Model Penelitian .....	27
2.3 Hipotesis .....	29
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>30</b>
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	30
3.1.1 Definisi Operasional .....	30
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	31
3.2 Populasi dan Pengambilan Sampel .....	31
3.2.1 Populasi.....	31
3.2.2 Sampel.....	32
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.3.1 Jenis Data .....	33
3.3.2 Sumber Data.....	33
3.3.3 Pengumpulan Data .....	33
3.4 Teknik Analisa Data .....	34
3.4.1 Analisis Deskriptif .....	36
3.4.2 Statistik Inferensial .....	38

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
4.1 Deskripsi Subjek Penelitian .....	41
4.1.1 Sejarah Honda.....	41
4.1.2 Deskripsi Responden Penelitian .....	44
4.2 Deskripsi Objek Penelitian .....	45
4.2.1 Indeks Jawaban Responden Terhadap Citra Merek.....	45
4.2.2 Indeks Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk .....	46
4.2.3 Indeks Jawaban Responden Terhadap Promosi.....	47
4.2.4 Indeks Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian .....	48
4.3 Uji Hipotesis dan Analisis .....	48
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	49
4.3.2 Uji Hipotesis .....	55
4.4 Pembahasan.....	58
4.4.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	58
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	58
4.4.3 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....	59
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>61</b>
5.1 Simpulan .....	61
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	61
5.3 Saran .....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>63</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Distribusi Sepeda Motor Tahun 2017 .....	2
Tabel 2. TOP Brand Index Sepeda Motor Matic 2016-2018.....	3
Tabel 3. Penjualan Sepeda Motor Matic Honda Beat .....	3
Tabel 4. Pengukuran Variabel.....	31
Tabel 5. Skala <i>likert</i> .....	34
Tabel 6. Kisi-kisi Instrumen.....	34
Tabel 7. Peringkat Jawaban Kuesioner .....	37
Tabel 8. Interpretasi Nilai Indeks Responden .....	37
Tabel 9. Tabel Reliabilitas .....	39
Tabel 10. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin .....	44
Tabel 11. Karakteristik Responden Menurut Usia .....	44
Tabel 12. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan .....	45
Tabel 13. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek .....	45
Tabel 14. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk .....	46
Tabel 15. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Promosi .....	47
Tabel 16. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian .....	48
Tabel 17. <i>Outer Loading Model</i> .....	49
Tabel 18. <i>Outer Loading Model</i> Reestimasi .....	51
Tabel 19. <i>Fornell-Larcker Criterion</i> .....	53
Tabel 20. <i>Average Variance Extracted</i> .....	53
Tabel 21. <i>Composite Reliability</i> .....	54
Tabel 22. <i>Cronbach's Alpha</i> .....	54
Tabel 23. <i>R-square</i> .....	55
Tabel 24. Hasil Nilai Koefisien Analisis Jalur.....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah Pengguna Kendaraan Bermotor di DKI Jakarta .....	1
Gambar 2. Model Penelitian .....	28
Gambar 3. Langkah-Langkah Analisis PLS .....	36
Gambar 4. Kerangka Model Pengujian Hipotesis.....	40
Gambar 5. Nilai <i>Loading Factor Outer Model</i> .....	50
Gambar 6. Reestimasi Nilai <i>Loading Factor Outer Model</i> .....	52
Gambar 7. <i>Inner Model</i> .....	57

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2. Matriks Penelitian Terdahulu
- Lampiran 3. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Data Kuesioner 70 Responden
- Lampiran 5. Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6. Indeks Jawaban Responden
- Lampiran 7. Hasil *Output Outer Model* PLS
- Lampiran 8. Hasil *Output Model* PLS
- Lampiran 9. R Tabel dan T Tabel
- Lampiran 10. Surat Riset