



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY* DAN  
*DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK  
(SEPEDA MOTOR HONDA)**

**SKRIPSI**

**MUHAMMAD ARIIQ MUSYAFFA**

**2010111187**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL  
“VETERAN” JAKARTA**

**2024**



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY* DAN  
DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK  
(SEPEDA MOTOR HONDA)**

**MUHAMMAD ARIQ MUSYAFFA  
2010111187**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL  
"VETERAN" JAKARTA  
2024**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Muhammad Ariq Musyaffa

NIM : 2010111187

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

Jakarta, 16 Oktober 2023

Yang menyatakan,



(Muhammad Ariq  
Musyaffa)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta,  
saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhamad Ariiq Musyaffa  
NIM : 2010111187  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan menyetujui untuk memberikan kepada  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non  
Eksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right) atas skripsi saya yang berjudul:

**Pengaruh *Brand Image*, *Product Quality*, dan *Digital Marketing* terhadap  
Keputusan Pembelian (Produk Sepeda Motor Honda)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan,  
mengalihmedia/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 : 20 Desember 2023

Yang menyatakan,



(Muhammad Ariiq Musyaffa)

SKRIPSI

**PENGARUH BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, DIGITAL  
MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (PRODUK  
SEPEDA MOTOR HONDA)**

*Dipersiapkan dan disusun oleh :*

MUHAMMAD ARIHQ MUSYAFFA 2010111187

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 27 Desember 2023  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



**Diana Triwardhani, SE., MM., Ph.D**

Ketua Penguji



**Rosali Sembiring Colia, SE, MM**

Penguji I



**Yuliyah, SE.**

Penguji II (Pembimbing)



**Dr. Jubaedah, SE, MM**

Dekan



**Siti Hdavati, SE, MM**

Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta  
Pada Tanggal : 27 Desember 2023



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450  
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI  
SEMESTER GANJIL TA. 2023/2024

Telah dilaksanakan Ujian Skripsi dihadapan Tim pada hari Rabu, 27 Desember 2023:

Nama : Muhammad Ariq Musyaffa

No.Pokok Mahasiswa : 2010111187

Program Studi : Manajemen S.1

(JUDUL PENELITIAN)

dinyatakan **Lulus** / ~~Tidak Lulus~~ \*)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Diana Triwardhani, SE., MM., Ph.D	Ketua	1.
2	Rosali Sembiring Colia, SE, MM	Anggota I	2.
3	Yuliniar, SE, MM	Anggota II**)	3.

Keterangan:

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta,

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM

## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan agustus sampai dengan September 2023 dengan judul **“PENGARUH *BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY* DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPEDA MOTOR HONDA”**. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang mengajari saya banyak hal dalam dunia kuliah, maupun dalam proses penyusunan proposal skripsi.
2. Ibu Siti hidayati, S.E.,M.M selaku Kaprodi yang bisa dianggap sebagai tempat saya mengeluh dan bercerita terkait segala permasalahan saya selama 2 semester terakhir.
3. Ibu Yuliniar, SE., MM.,selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan saran-saran yang sangat bermanfaat sekaligus menjadi tempat bercerita tentang keluh-kesah pengerjaan proposal skripsi.
4. Ibu Dahlia Santika, Bapak Dedi Supriyadi selaku keluarga yang saya cintai dan yang selalu mendukung dan mendoakan saya selama hidup dan tentunya dalam proses pembuatan proposal skripsi.
5. Kepada Tsabita WidyaPutri Pramudigdo selaku pasangan yang selalu ada disaat mengalami kesulitan dalam membuat proposal skripsi ini sebagai pendukung nomor 1 saya.
6. Kepada rekan seperjuangan saya, Raihan Farras Amran, Rafi Diffa Allama, Aldira Fahrezi Munir, Raynor Musyaffa Rizky dan Lamsihar Raymond Davidson yang selalu menemani dalam mengerjakan proposal skripsi.

Selain itu, penulis juga berharap proposal skripsi yang telah di tulis akan membawa manfaat bagi siapapun yang membacanya.

Jakarta, 27 September 2023

Muhammad Ariiq Musyaffa



## DAFTAR ISI

<i>Abstract</i> .....	vi
<b>Abstrak</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>PRAKATA</b> .....	ix
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1. 1    Latar Belakang.....	1
1. 2    Perumusan Masalah .....	11
1. 3    Tujuan Penelitian.....	11
1. 4    Manfaat Penelitian.....	12
<b>BAB II</b> .....	13
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	13
2.1 Landasan Teori .....	13
2.1.1 <i>Brand Image</i> .....	13
2.1.2 <i>Product Quality</i> .....	17
2.1.3 Iklan.....	20
2.1.4. Keputusan Pembelian .....	22
2.2    Hasil Peneltian Terdahulu .....	25
2.3 Hubungan <i>Brand Image</i> dengan Keputusan Pembelian .....	32
2.3.1 Hubungan <i>Product Quality</i> Dengan Keputusan Pembelian .....	33
2.3.2 Hubungan Iklan Dengan Keputusan Pembelian.....	34
2.4 Model Penelitian .....	35
2.5 Hipotesis Penelitian .....	36
<b>BAB III</b> .....	37
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	37
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	37
3.2 Populasi dan Sampel .....	38
3.2.1 Populasi .....	38
3.2.2 Sampel .....	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.3.1 Jenis Data .....	40
3.3.2 Sumber Data .....	40

3.3.3 Pengumpulan Data.....	40
3.4 Teknik Analisis Data.....	42
3.4.1 Statistik Deskriptif .....	42
3.4.2 Analisis Inferensial .....	43
3.5 Uji Hipotesis .....	48
<b>BAB IV .....</b>	<b>51</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	51
4.2 Deskripsi Data Responden Penelitian .....	51
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	52
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Menggunakan Produk Sepeda Motor Honda atau tidak.....	53
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama penggunaan Produk Sepeda Motor Honda .....	54
4.3. Analisis Data Deskriptif .....	54
4.4. Uji Analisis.....	63
4.4.1. Model Pengukuran ( <i>Inner Model</i> ) .....	63
<b>4.4.1.1. Uji Validitas.....</b>	<b>65</b>
<b>4.4.1.2. Uji Reliabilitas.....</b>	<b>68</b>
4.5. Model Struktural ( <i>Outer Model</i> ) .....	70
4.5.1. Uji Hipotesis .....	72
4.6. Pembahasan.....	76
4.6.1. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian (H1).....	76
4.6.2. Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian (H2) .....	76
4.6.3. Pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian (H3).....	77
4.6.4. Pengaruh <i>Brand Image</i> , <i>Product Quality</i> , dan Iklan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (H4).....	78
<b>BAB V.....</b>	<b>80</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>80</b>
5.1. Kesimpulan.....	80
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	80
5.3. Saran .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>86</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Sepeda Motor di Indonesia .....	1
Gambar 1.2 Grafik Volume Penjualan Sepeda Motor Domestik dan Ekspor .....	3
Gambar 1.3 Merek Kendaraan Terbaik.....	5
Gambar 1.4 Rangka eSAF yang bermasalah .....	8
Gambar 1.5 Rangka eSAF yang Patah.....	9
Gambar 1.6 Testimoni Konsumen Terkait Rangka eSAF .....	10
Gambar 3.2. Diagram Jalur .....	46
Gambar 4.4.1. Model Pengukuran .....	64

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu .....	25
Tabel 3.1. Kisi-kisi Instrumen.....	38
Tabel 3.2. Peringkat Jawaban Kuesioner .....	41
Tabel 3.3. Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	41
Tabel 3.4. Peringkat Jawaban Responden .....	42
Tabel 3.5. Tingkat <i>Reliabilitas</i> Berdasarkan Nilai Alpha.....	48
Tabel 4.1. Usia Responden.....	52
Tabel 4.2. Menggunakan Produk Sepeda Motor Honda .....	53
Tabel 4.3. Lama Penggunaan Produk Sepeda Motor Honda .....	54
Tabel 4.4. Interpretasi Nilai Indeks Responden .....	55
Tabel 4.5. Nilai Indeks Variabel Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 4.6. Nilai Indeks Variabel <i>Brand Image</i> .....	58
Tabel 4.7. Nilai Indeks Variabel <i>Product Quality</i> .....	60
Tabel 4.8. Nilai Indeks Variabel Iklan.....	62
Tabel 4.9. <i>Loading Factor</i> .....	65
Tabel 4.10. Hasil Average Variance Extracted (AVE).....	67
Tabel 4.11. Hasil Composite Reliability .....	69
Tabel 4.12. Hasil <i>R-Square</i> .....	70
Tabel 4.13. Hasil <i>Q-Square</i> .....	71
Tabel 4.14. Hasil Uji-t.....	72

## PENGALAMAN DALAM ORGANISASI

1. Panitia Veteran Cendikia Badan Eksekutif Mahasiswa UPN Veteran Jakarta 2020.
2. Anggota Himpunan Mahasiswa S1 Manajemen UPN Veteran Jakarta 2021.
3. Project Officer Management Competition 2022 Himpunan Mahasiswa S1 Manajemen UPN Veteran Jakarta.
4. Panitia Seminar Nasional CONCEPT 2021 Himpunan Mahasiswa S1 Manajemen UPN Veteran Jakarta.