



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN  
DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SEPEDA MOTOR MATIC HONDA PCX 150  
(STUDI KASUS PADA MASYARAKAT GUNUNG PUTRI,  
KAB. BOGOR)**

**SKRIPSI**

**RIDHO ACHMAD FADILLAH 1510111156**

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



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN  
DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SEPEDA MOTOR MATIC HONDA PCX 150  
(STUDI KASUS PADA MASYARAKAT GUNUNG PUTRI,  
KAB. BOGOR)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**

**RIDHO ACHMAD FADILLAH 1510111156**

**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 : Ridho Achmad Fadillah

NIM : 1510111156

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

Jakarta, 15 Juli 2019

Yang menyatakan,



Ridho Achmad Fadillah

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**  
**SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

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

Nama : Ridho Achmad Fadillah  
NIM. : 1510111156  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen SI  
Jenis Karya : Skripsi

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

**Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Honda PCX 150 (Studi Kasus Pada Masyarakat Gunung Putri, Kab. Bogor)**

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 : 15 Juli 2019

Yang Menyatakan,



Ridho Achmad Fadillah

**SKRIPSI**  
**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN**  
**DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**  
**SEPEDA MOTOR MATIC HONDA PCX 150**  
**(STUDI KASUS PADA MASYARAKAT GUNUNG PUTRI,**  
**KAB. BOGOR)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**RIDHO ACHMAD FADILLAH 1510111156**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji  
Pada tanggal : 03 Juli 2019  
Dan dinyatakan memenuhi Syarat untuk diterima



Diana Triwardhani, S.E., M.M.

Ketua Penguji



Dra. Heni Nastiti, M.M.

Penguji I



Dr. Jubacda, S.E., M.M.

Ketua Jurusan Manajemen



Dra. Bernadin Dwi M., M.M.

Penguji II (Pembimbing)



Wahyudi, S.E., M.M.

Ketua Program Studi Manajemen  
Program Sarjana

Disahkan di : Jakarta  
Pada Tanggal : 03 Juli 2019

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, AND  
PRODUCT DESIGN ON HONDA PCX 150 MATIC  
MOTORCYCLE BUYING DECISIONS  
(CASE STUDY IN GUNUNG PUTRI COMMUNITY, BOGOR  
REGENCY)**

**By Ridho Achmad Fadillah**

***Abstract***

*This research is a quantitative research that aims to determine the effect of brand image, product quality, and product design on the decision to purchase a Honda PCX 150 matic motorcycle. The population in this study were all users of the Honda PCX 150 automatic motorcycle at Gunung Putri, Bogor Regency. The sample size was taken as many as 75 respondents, with a non probability sampling method, especially purposive sampling. Data collection is done through the distribution of questionnaires. The analysis technique used is the method of PLS (Partial Least Square) analysis with SmartPLS3.0 software. The results of this study indicate that (1) brand image has a significant effect on purchasing decisions with a path coefficient of 0.416. (2) Product quality has a significant effect on purchasing decisions with a path coefficient of 0.359. (3) product design has no significant effect on purchasing decisions with the path coefficient value of 0.091. As well as the value of adjusted Square R which shows the influence between brand image, product quality, and product design on purchasing decisions is equal to 0.678 while the rest is influenced by other variables not present in this study.*

*Keywords: Brand Image, Product Quality, Product Design, And Purchasing Decision.*

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN  
DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SEPEDA MOTOR MATIC HONDA PCX 150  
(SUDI KASUS PADA MASYARAKAT GUNUNG PUTRI,  
KAB. BOGOR)**

**Oleh Ridho Achmad Fadillah**

**Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk, dan desain produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic Honda PCX 150 . Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pengguna sepeda motor matic Honda PCX 150 di Gunung Putri, Kabupaten Bogor. Ukuran sampel diambil sebanyak 75 orang responden, dengan metode *non probability sampling* khususnya *purposive 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 berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,416. (2) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,359. (3) desain produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,091. Serta besarnya nilai *R Square Adjusted* yang menunjukkan pengaruh antara citra merek, kualitas produk, dan desain produk terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 0,678 sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Kata Kunci : citra merek, kualitas produk, desain produk, dan keputusan pembelian.



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

**FAKULTAS 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 GENAP TA. 2018/2019**

Hari ini Rabu , tanggal 03 Juli 2019, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : RIDHO ACHMAD FADILLAH

No.Pokok Mahasiswa : 1510111156

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**Pengaruh Citra Merek Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Honda PCX 150. ( Studi Kasus pada Masyarakat Gunung Putri Kab. Bogor )**  
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus* / ~~Lulus~~ *Lulus* \*)

Penguji

| No | Dosen Penguji             | Jabatan         | Tanda Tangan |
|----|---------------------------|-----------------|--------------|
| 1  | Diana Triwardhani, SE, MM | Ketua           | 1. ....      |
| 2  | Dra. Heni Nastiti, MM     | Anggota I       | 2. ....      |
| 3  | Dra. Bernadin Dwi, MM     | Anggota II (**) | 3. ....      |

Keterangan :

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 03 Juli 2019  
Mengesahkan  
A.n. DEKAN  
Kaprod. Manajemen S.1  
  
Wabyudi, SE, MM



## PRAKATA

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat serta karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Honda PCX 150 (Studi Kasus Pada Masyarakat Gunung Putri, Kab. Bogor)”**. Pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak Drs. Munasiron Miftah, M.M selaku Pelaksana Tugas Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta dan Bapak Wahyudi, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana, serta Ibu Dra. Bernadin Dwi. M, M.M dan Ibu Rosali, S.E., M.M selaku pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan saran-saran yang sangat bermanfaat, serta ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada Ibu Diana Triwardhani, S.E, M.M. selaku ketua penguji dan Ibu Dra. Heni Nastiti, M.M. selaku penguji 1 yang telah banyak memberikan arahan dan saran-saran yang sangat bermanfaat, serta ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada seluruh Dosen, Staff Admin Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bimbingan maupun arahan selama skripsi berjalan.

Disamping itu, ucapan terimakasih juga disampaikan kepada Bapak Rachmat Setiadi dan Ibu Dwi Indah selaku kedua orang tua tercinta, serta seluruh keluarga yang tiada hentinya memberikan peneliti semangat dan selalu mendoakan yang terbaik, agar skripsi ini berhasil diselesaikan. Ucapan terima kasih juga peneliti sampaikan kepada Fahri, Danny, Shidiq, Ardiansyah, Reynaldi, Fauzi, Prananda, Faisal, Alfian, Satrio, dan Sahabat Asoy yang telah memberikan semangat dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini, teman-teman seperjuangan serta seluruh teman-teman S1 Manajemen 2015 yang peneliti tidak dapat sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat peneliti.

Kritik dan saran peneliti harapkan dan semoga skripsi ini bermanfaat.

Jakarta, 16 Juli 2019

Ridho Achmad Fadillah

## DAFTAR ISI

|   |             |
|---|-------------|
| <b>HALAMAN SAMPUL</b> .....   | <b>i</b>    |
| <b>HALAMANJUDUL</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</b> .....   | <b>viii</b> |
| <b>PRAKATA</b> .....  | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....   | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....   | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....  | <b>xiv</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....  | <b>xv</b>   |
| <br>  |             |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....  | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang .....  | 1           |
| 1.2 Perumusan Masalah .....   | 5           |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....   | 6           |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....  | 6           |
| <br>  |             |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, MODEL PENELITIAN DAN HIPOTESIS</b> <b>8</b>           |             |
| 2.1 Tinjauan Pustaka .....  | 8           |
| 2.1.1 Keputusan Pembelian, Citra Merek, Kualitas Produk dan Desain<br>Produk..... | 8           |
| 2.1.2 Keputusan Pembelian.....  | 10          |
| 2.1.2.1 Definisi Keputusan Pembelian.....   | 10          |
| 2.1.2.2 Faktor-Faktor Keputusan Pembelian.....                                    | 10          |
| 2.1.2.3 Model Perilaku Konsumen.....  | 11          |
| 2.1.2.4 Motif-motif Pembelian.....  | 12          |
| 2.1.2.5 Peran-Peran Dalam Keputusan Pembelian.....                                | 13          |
| 2.1.2.6 Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian .....                              | 13          |
| 2.1.3 Citra Merek .....   | 14          |
| 2.1.3.1 Definisi Citra Merek .....  | 14          |
| 2.1.3.2 Makna Merek .....   | 15          |
| 2.1.3.3 Tujuan Pemberian Merek.....   | 16          |
| 2.1.3.4 Syarat-Syarat Memilih Merek.....  | 16          |
| 2.1.3.5 Elemen Citra Merek .....  | 16          |
| 2.1.3.6 Strategi Penetapan Nama Merek.....  | 17          |
| 2.1.3.7 Komponen Citra Merek.....   | 17          |
| 2.1.3.8 Manfaat Citra Merek .....   | 18          |
| 2.1.4 Kualitas Produk.....  | 19          |
| 2.1.4.1 Definisi Kualitas Produk.....   | 19          |
| 2.1.4.2 Klasifikasi Produk .....  | 19          |
| 2.1.4.3 Tujuan Produk.....  | 20          |
| 2.1.4.4 Dimensi Kualitas Produk .....   | 21          |

|   |   |           |
|---|---|-----------|
| 2.1.5                                   | Desain Produk .....                                     | 22        |
| 2.1.5.1                                 | Definisi Desain produk .....                            | 22        |
| 2.1.5.2                                 | Diferensiasi Produk.....                                | 22        |
| 2.1.5.3                                 | Pengembangan Produk.....                                | 23        |
| 2.1.5.4                                 | Produk Baru .....                                       | 23        |
| 2.1.5.5                                 | Alternatif Desain Produk.....                           | 24        |
| 2.2                                     | Model Penelitian Empirik .....                          | 24        |
| 2.2.1                                   | Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....          | 24        |
| 2.2.2                                   | Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....       | 25        |
| 2.2.3                                   | Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....        | 25        |
| 2.3                                     | Hipotesis.....  | 26        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>  |   | <b>27</b> |
| 3.1                                     | Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....       | 27        |
| 3.1.1                                   | Definisi Operasional.....                               | 27        |
| 3.1.2                                   | Pengukuran Variabel.....                                | 28        |
| 3.2                                     | Populasi dan Sampel .....                               | 28        |
| 3.2.1                                   | Populasi .....  | 28        |
| 3.2.2                                   | Sampel.....   | 29        |
| 3.3                                     | Teknik Pengumpulan Data.....                            | 29        |
| 3.3.1                                   | Jenis Data .....  | 29        |
| 3.3.2                                   | Sumber Data.....  | 30        |
| 3.3.3                                   | Pengumpulan Data .....                                  | 30        |
| 3.4                                     | Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....             | 31        |
| 3.4.1                                   | Teknik Analisis Data.....                               | 31        |
| 3.4.1.1                                 | Analisis Deskriptif .....                               | 31        |
| 3.4.1.2                                 | Partial Least Square (PLS) .....                        | 33        |
| 3.4.1.3                                 | Cara Kerja Partial Least Square (PLS).....              | 33        |
| 3.4.1.4                                 | Langkah-Langkah Partial Least Square (PLS).....         | 33        |
| 3.4.2                                   | Uji Hipotesis.....                                      | 39        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b> |   | <b>43</b> |
| 4.1                                     | Deskripsi Objek Penelitian.....                         | 43        |
| 4.1.1                                   | Sejarah Honda .....                                     | 43        |
| 4.2                                     | Deskripsi Data Penelitian.....                          | 46        |
| 4.2.1                                   | Deskripsi Data Responden .....                          | 46        |
| 4.2.2                                   | Persepsi Responden.....                                 | 48        |
| 4.3                                     | Uji Hipotesis dan Analisis.....                         | 54        |
| 4.3.1                                   | Model Pengukuran (Outer Model) .....                    | 54        |
| 4.3.1.1                                 | Uji Validitas Konvergen .....                           | 57        |
| 4.3.1.2                                 | Uji Validitas Diskriminan .....                         | 58        |
| 4.3.1.3                                 | Uji Reliabilitas .....                                  | 59        |
| 4.3.2                                   | Model Struktural (Inner Model).....                     | 60        |
| 4.3.2.1                                 | R-Square.....   | 60        |
| 4.3.2.2                                 | Q-Square .....  | 61        |
| 4.3.2.3                                 | Uji Hipotesis.....                                      | 61        |
| 4.4                                     | Pembahasan.....   | 64        |
| 4.4.1                                   | Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian ..... | 65        |

|                                       |  |           |
|---------------------------------------|--|-----------|
| 4.4.2                                 | Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian..... | 66        |
| 4.4.3                                 | Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....   | 68        |
| <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b> |  | <b>69</b> |
| 5.1                                   | Simpulan .....   | 69        |
| 5.2                                   | Keterbatasan Penelitian .....                              | 69        |
| 5.3                                   | Saran.....   | 70        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>           |  | <b>72</b> |
| <b>RIWAYAT HIDUP</b>                  |  |           |
| <b>LAMPIRAN</b>                       |  |           |

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 1. Data Distribusi Sepeda Motor Tahun 2016 - 2018 .....                               | 3  |
| Tabel 2. TOP Brand Index Sepeda Motor Matic 2017-2019 .....                                 | 3  |
| Tabel 3. Penjualan Sepeda Motor Matic Honda PCX 150 di Dealer Darma<br>Makmur Bersama ..... | 4  |
| Tabel 4. Pengukuran variabel.....   | 28 |
| Tabel 5. Skala Likert .....   | 30 |
| Tabel 6. Kisi-Kisi Instrumen.....   | 31 |
| Tabel 7. Peringkat Jawaban Kuesioner .....  | 31 |
| Tabel 8. Interpretasi Nilai Presentase .....  | 32 |
| Tabel 9. Karakteristik Responden Menurut Usia .....   | 46 |
| Tabel 10. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin .....                               | 46 |
| Tabel 11. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan/Status.....                             | 47 |
| Tabel 12. Karakteristik Responden Menurut Pendapatan/Bulan .....                            | 47 |
| Tabel 13. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan<br>Pembelian.....           | 48 |
| Tabel 14. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek .....                     | 50 |
| Tabel 15. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk .....                 | 51 |
| Tabel 16. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Desain Produk .....                   | 52 |
| Tabel 17. Outer Loading Factor .....  | 57 |
| Tabel 18. Fornell-Lacker Criterium .....  | 58 |
| Tabel 19. Average Variance Extracted (AVE).....   | 58 |
| Tabel 20. Composite Reliability .....   | 59 |
| Tabel 21. Cronbach's Alpha .....  | 60 |
| Tabel 22. Nilai R-Square dan R-Square Adjusted .....  | 60 |
| Tabel 23. Hasil Nilai Koefisien Analisis Jalur .....  | 62 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1. Model Perilaku Konsumen.....                            | 12 |
| Gambar 2. Proses Keputusan pembelian.....                         | 13 |
| Gambar 3. Model Penelitian Empirik .....                          | 26 |
| Gambar 4. Langkah-Langkah Analisis PLS.....                       | 34 |
| Gambar 5. Konstruksi Diagram Jalur.....                           | 36 |
| Gambar 6. Nilai Loading Faktor Menggunakan Diagram Jalur PLS..... | 55 |
| Gambar 7. Gambar Outer Model Setelah Re-estimasi.....             | 56 |
| Gambar 8. Inner Model .....                                       | 64 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2 Matriks Penelitian Sebelumnya
- Lampiran 3 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4 Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 5 Data Kuesioner 75 Responden
- Lampiran 6 Hasil Analisa Deskriptif
- Lampiran 7 Kerangka Model PLS
- Lampiran 8 Hasil Output Outer Model PLS
- Lampiran 9 Hasil Re-estimasi Output Outer Model PLS
- Lampiran 10 Hasil Output Inner Model PLS
- Lampiran 11 Hasil Output Model PLS
- Lampiran 12 R tabel dan T tabel
- Lampiran 13 Surat Riset
- Lampiran 14 Hasil Tunitin