



**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR
HONDA BEAT**

SKRIPSI

THORIQ SHOFWAN

1710111200

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2021**



**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR
HONDA BEAT**

SKRIPSI

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

THORIQ SHOFWAN

1710111200

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2021**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Thoriq Shofwan

NIM : 1710111200

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

Jakarta,

6 Februari 2021



(Thoriq Shofwan)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Thoriq Shofwan
NIM : 1710111200
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 Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

**Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan
Pembelian Motor Honda Beat**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta 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 : 6 Februari 2021

Yang menyatakan




(Thoriq Shofwan)

SKRIPSI

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA BEAT

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Thoriq Shofwan 1710111200

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 6 Februari 2021
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.



Dra. Anastasia Bernadin Dwi Mardiatami., M.M.
Ketua Penguji



Dra. Alfatih S Mangabarani., S.E., M.Si.
Penguji 1



Lina Aryani., S.E., M.M.
Penguji 2



Dr. Dianwicakasih Arieftiara, S.E., Ak., M.Ak., CA., CSRS.
Dekan



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

Disahkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 6 Februari 2021

***The Influence of Price, Product Quality, and Brand Image on Purchasing
Decisions of Honda Beat Motorcycles***

By Thoriq Shofwan

Abstract

The most popular motorbikes in Indonesia are still dominated by automatic motorbikes. The Honda All New Beat is one of the automatic motorbikes that is selling well in the market with the most competitive prices compared to other brands. Based on this background, this study aims to determine, prove and analyze the effect of price, product quality and brand image on purchasing decisions for Honda Beat motorbikes. This research is a quantitative study using the Multiple Regression Analysis method with the SmartPLS 3.0 analysis tool and a significance level of 5%. The data in this study were obtained from distributing questionnaires with a sample of 75 respondents using a Honda Beat motorbike in the Depok area and were selected randomly. The results of this study indicate an adjusted R square value of 0.745, and the conclusion of the hypothesis test is (1) there is a positive and insignificant effect between price on purchasing decisions with a magnitude of 0.147, (2) there is a positive and significant effect between product quality on purchasing decisions. with the magnitude of the influence of 0.325, and (3) there is a positive and significant influence between brand image on purchasing decisions with the magnitude of the influence of 0.454. Suggestions by researchers are for companies to analyze good strategies related to selling prices, product quality, and maintaining the image of the brand they have.

Keywords: Price, Product Quality, Brand Image, Purchase Decision

Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Beat

Oleh Thoriq Shofwan

Abstrak

Sepeda motor terpopuler di Indonesia masih didominasi oleh motor matic. Honda All New Beat merupakan salah satu sepeda motor matic yang laku di pasaran dengan harga yang paling bersaing dibanding merek lainnya. Berdasarkan latar belakang itu, penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui, membuktikan serta menganalisis pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian motor Honda Beat. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang memakai metode Analisis Regresi Berganda dengan alat analisis SmartPLS 3.0 dan tingkat signifikansi 5%. Data pada penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner dengan sampel 75 responden pengguna motor Honda Beat di Wilayah Depok dan dipilih secara acak. Hasil dari penelitian ini menunjukkan nilai adjusted R square sebesar 0.745, serta kesimpulan dari uji hipotesisnya adalah (1) adanya pengaruh positif tidak signifikan antara harga kepada keputusan pembelian dengan besaran pengaruh 0.147, (2) adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk kepada keputusan pembelian dengan besaran pengaruh 0.325, dan (3) adanya pengaruh positif dan signifikan antara citra merek kepada keputusan pembelian dengan besaran pengaruh 0.454. Saran dari peneliti adalah agar perusahaan menganalisis strategi yang baik terkait harga jual, kualitas produk, serta menjaga citra dari merek yang dimilikinya.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2020/2021**

Hari ini Sabtu, tanggal 6 Februari 2021, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa:

Nama : Thoriq Shofwan
Nomor Induk Mahasiswa : 1710111200
Program Studi : S1 Manajemen

“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Beat”

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Tim Penguji

| No | Dosen Penguji | Jabatan | Tanda Tangan |
|----|--|----------------|---|
| 1 | Dra. Anastasia Bernadin Dwi Mardiatami., M.M | Ketua | 1  |
| 2 | Dra. Alfatih S Mangabarani., S.E., M.Si | Anggota I | 2  |
| 3 | Lina Aryani., S.E., M.M | Anggota II **) | 3  |

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

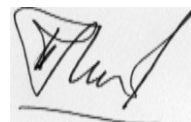
Jakarta, 6 Februari 2021

Mengesahkan

A.n Dekan

Kepala Program Studi Manajemen

Program Sarjana



Wahyudi., S.E., M.M.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, Allah swt., karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulisan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Beat” dapat diselesaikan. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada pihak akademisi, Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, S.E., Ak., M.Ak.,Ca., CSRS. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, serta Bapak Wahyudi, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen. Tidak lupa pula penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada Ibu Lina Aryani, S.E., M.M. dan Ibu Dra. Heni Nastiti, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan serta masukan untuk menyempurnakan penulisan skripsi ini. Selanjutnya, peneliti juga mengucapkan banyak rasa terimakasih kepada Bapak Saiful Bahri dan Ibu Susi sebagai orangtua dari penulis yang telah memberikan do’a serta dukungan moral maupun material yang berupa fasilitas untuk membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih juga penulis ucapkan kepada teman-teman baik yang di dalam lingkungan UPNVJ maupun di luar yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu karena telah memberikan saran-saran dalam pengerjaan maupun semangat yang tiada henti untuk penulis. Akhir kata, penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat ketidaksempurnaan dalam penulisan skripsi ini. Penulis juga menerima kritik dan saran dari pembaca sebagai masukan untuk penulis di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, terimakasih.

Jakarta, 6 Februari 2021

Thoriq Shofwan

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS | iii |
| PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | iv |
| PENGESAHAN | v |
| ABSTRACT | vi |
| ABSTRAK | vii |
| BERITA ACARA UJIAN | viii |
| PRAKATA | ix |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| I.1 Latar Belakang | 1 |
| I.2 Rumusan Masalah..... | 5 |
| I.3 Tujuan Penelitian | 5 |
| I.4 Manfaat Penelitian | 6 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| II.1 Landasan Teori | 8 |
| II.1.1 Keputusan Pembelian | 8 |
| II.1.2 Harga..... | 12 |
| II.1.3 Kualitas Produk | 14 |
| II.1.4 Citra Merek | 17 |
| II.2 Hasil Penelitian Sebelumnya..... | 19 |
| II.3 Model Penelitian Empirik | 26 |
| II.3.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian | 26 |
| II.3.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian | 27 |
| II.3.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian | 27 |
| II.4 Hipotesis | 28 |
| | |
| BAB III METODE PENELITIAN | 29 |
| III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel..... | 29 |
| III.1.1 Definisi Operasional..... | 29 |
| III.1.2 Pengukuran Variabel | 30 |
| III.2 Populasi dan Sampel | 31 |
| III.2.1 Populasi | 31 |
| III.2.2 Sampel | 32 |
| III.3 Teknik Pengumpulan Data..... | 32 |
| III.3.1 Jenis Data..... | 32 |
| III.3.2 Sumber Data..... | 33 |
| III.3.3 Pengumpulan Data | 33 |
| III.4 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis | 35 |

| | | |
|---|--|-----------|
| III.4.1 | Teknik Analisis Data | 35 |
| III.4.2 | Uji Validitas dan Reabilitas Data (<i>Outer Model</i>)..... | 36 |
| III.4.3 | Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)..... | 37 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | | 40 |
| IV.1 | Deskripsi Obyek Penelitian | 40 |
| IV.1.1 | Deskripsi Tempat Penelitian..... | 40 |
| IV.1.2 | Deskripsi Data Responden..... | 40 |
| IV.2 | Deskripsi Data Penelitian | 42 |
| IV.3 | Analisis dan Uji Hipotesis | 48 |
| IV.3.1 | Uji Validitas dan Reabilitas Data (<i>Outer Model</i>) | 48 |
| IV.3.2 | Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>) | 53 |
| IV.4 | Pembahasan | 57 |
| IV.5 | Keterbatasan Penelitian | 61 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN..... | | 62 |
| V.1 | Simpulan | 62 |
| V.2 | Saran | 63 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 64 |
| RIWAYAT HIDUP | | |
| LAMPIRAN | | |

DAFTAR TABEL

| | | |
|-----------|--|----|
| Tabel 1. | Daftar Motor Terlaris di Indonesia..... | 2 |
| Tabel 2. | Daftar Harga Motor Matik Merek Honda..... | 3 |
| Tabel 3. | Top Brand Indeks Fase 1 Tahun 2020 Kategori Motor Matik..... | 4 |
| Tabel 4. | Matriks Penelitian Sebelumnya..... | 23 |
| Tabel 5. | Pengukuran Variabel | 31 |
| Tabel 6. | Skala Likert | 33 |
| Tabel 7. | Kisi-Kisi Instrumen | 34 |
| Tabel 8. | Interpretasi Nilai Persentase Responden | 35 |
| Tabel 9. | Tingkat Reabilitas Berdasarkan Cronbach Alpha | 37 |
| Tabel 10. | Tanggapan Responden pada Variabel Harga | 42 |
| Tabel 11. | Tanggapan Responden pada Variabel Kualitas Produk | 44 |
| Tabel 12. | Tanggapan Responden pada Variabel Citra Merek..... | 45 |
| Tabel 13. | Tanggapan Responden pada Variabel Keputusan Pembelian..... | 46 |
| Tabel 14. | <i>Loading Factor</i> | 50 |
| Tabel 15. | <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> | 51 |
| Tabel 16. | <i>Cross Loading</i> | 52 |
| Tabel 17. | <i>Cronbach's Alpha dan Composite Reliability</i> | 53 |
| Tabel 18. | <i>R Square</i> | 54 |
| Tabel 19. | <i>Q Square</i> | 54 |
| Tabel 20. | Fit Model..... | 55 |
| Tabel 21. | Koefisien Jalur (Uji T)..... | 56 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|-----------|--|----|
| Gambar 1. | Grafik Volume Penjualan Motor Domestik dan Ekspor..... | 2 |
| Gambar 2. | Model Penelitian Empirik | 26 |
| Gambar 3. | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 41 |
| Gambar 4. | Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan | 41 |
| Gambar 5. | Diagram Jalur | 49 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Tabel Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2. Kuesioner
- Lampiran 3. Tabel Jawaban Responden
- Lampiran 4. Hasil Analisis Deskriptif
- Lampiran 5. Hasil Output PLS