

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR NMAX PADA DEALER YAMAHA
SOLO MOTOR MADIUN**



Disusun oleh :

KRISFINA CLARA

51416038

PROGRAM STUDI MANAJEMEN KAMPUS KOTA MADIUN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

2022

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR NMAX PADA DEALER YAMAHA
SOLO MOTOR MADIUN**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH:

KRISFINA CLARA

51416038

PROGRAM STUDI MANAJEMEN KAMPUS KOTA MADIUN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR NMAX PADA DEALER YAMAHA
SOLO MOTOR MADIUN**

Oleh:

KRISFINA CLARA

51416038

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing,



Dra. Dyah Kurniawati, M.Si

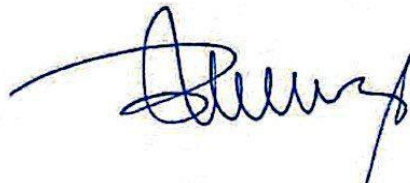
NIDN. 0713126601

Tanggal: Jumat, 03 juni 2022

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Krisfina Clara NIM 51416038
Telah diuji pada tanggal 03 Juni 2022 dan dinyatakan lulus oleh Tim penguji

Ketua Tim Penguji

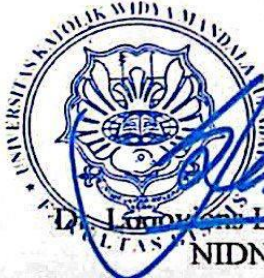



Veronika Agustini Srimulyani, S.E., M.Si.

NIDN. 0717087201

Mengetahui,

Dekan,




Drs. Lutfi Lutfi Lasdi, M., AK., CA., CPA
NIDN. 0713097203

Ketua Program Studi,




Drs. Dyah Kurniawati, M.Si
NIDN. 0713126601

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun:

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Krisfina Clara

NIM : 51416038

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor NMAX pada dealer Yamaha Solo Motor Madiun.

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Madiun, 03 juni 2022

Yang menyatakan,


(Krisfina Clara)

KATA PENGANTAR

Puji syukur panjatkan kepada Tuhan Yang Maha esa karena berkat kasih dan kurnia-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan judul: **Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor N-max Pada Dealer Yamaha Solo Motor Madiun.** Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun.

Penelitian ini terselesaikan dengan baik tidak lepas dari bantuan semua pihak, baik langsung maupun tidak langsung, oleh sebab itu penelitian mengucapkan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria yang telah memberkati segala doa dan usaha saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua saya yang telah membiayai selama menempuh pendidikan, selalu mendoa dan memberi semangat untuk kelancaran studi saya.
3. Ibu Dra. Dyah Kuniawati, M.Si. Selaku ketua jurusan manajemen, dosen pembimbing dan wali studi yang telah sabar, teliti dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, semangat, motivasi dan saran-saran yang sangat berharga kepada penelitian selama menyusun skripsi.
4. Seluruh Bapak/Ibu dosen Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman selama masa perkuliahan.
5. Perusahaan Yamaha Solo Motor yang telah memberikan ijin untuk menyebar kuesioner pada responden
6. Konsumen Yamaha Solo Motor yang telah bersedia meluangkan waktu guna mengisi kuesioner guna membantu proses penyelesaian skripsi.

7. Saudaraku Firga Bela, Januarius dan Dino yang selalu memberi dukungan dan motivasi untuk lebih semangat lagi.
8. Nenek dan Kakek yang selalu memberi semangat dan dukungan untuk kelancaran studi saya.
9. Sahabatku Hana Priskila, Apronika mega, Devi Kristian, dan haris yang selalu mendukung dan bersedia membantu kapan saja selama penyelesaian skripsi.
10. Teman seperjuangan Agnes Lusiana, Bernadeta Ningsih, Alfiansyah, dan Elia Rizki Pratama Putra, yang selalu memberikan bantuan dan dukungan selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi.
11. Seluruh teman-teman seangkatan serta teman kelas Manajemen A angkatan 2016 dan yang telah mengisi hari-hari selama perkuliahan.
12. Semua pihak yang telah ikut ambil bagian sehingga skripsi ini selesai.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan. Untuk itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat lebih semakin meningkatkan kualitas kajian empiris dengan teman sejenis.

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pesetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Abstrak	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan teori.....	5
2.1.1 Pemasaran.....	5
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	5
2.1.3 Bauran Pemasaran	5
2.1.4 Merek.....	10
2.1.5 <i>Brand Image</i>	10
2.1.6 Keputusan Pembelian	11
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	13
2.2.1 Hubungan <i>Brand Image</i> dengan keputusan pembelian...	13
2.2.2 Hubungan kualitas produk terhadap keputusan pembelian	14
2.3 Penelitian terdahulu	14
2.4 Kerangka Konseptual	16

BAB III	METODE PENELITIAN	
3.1	Desain Penelitian	17
3.2	Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel ..	17
3.2.1	Identifikasi Variabel	17
3.2.2	Definisi Operasional Variabel	17
3.2.3	Pengukuran Variabel	18
3.3	Jenis dan Sumber data	19
3.4	Metode Pengumpulan Data	19
3.5	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	20
3.6	Teknik Analisis Data	21
3.6.1	Uji Kualitas Data	21
3.6.2	Asumsi Klasik	21
3.6.3	Regresi Linear berganda.....	23
3.6.4	Pengujian Hipotesis / Uji t.....	23
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	25
4.2	Deskripsi Data	25
4.2.1	Deskripsi Responden	25
4.2.2	Deskripsi Variabel	27
4.3	Hasil Analisis Data	
4.3.1	Uji Kualitas Data	31
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	33
4.3.3	Uji Regresi Linear Berganda	36
4.3.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	37
4.3.5	Uji Parsial / Uji t.....	37
4.4	Pembahasan	39
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Simpulan	42

5.2 Keterbatasan	42
5.3 Saran	42

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	15
4.1	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	25
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	26
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	26
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	27
4.5	Rentang Skala.....	27
4.6	Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Brand Image</i>	28
4.7	Tanggapan Responden Terhadap kualitas produk	29
4.8	Tanggapan Responden Terhadap keputusan Pembelian	30
4.9	Uji Validitas	31
4.10	Hasil Uji Realibilitas	32
4.11	<i>One-Sample Kolomogorov-Smirnow Test</i>	33
4.12	Hasil Uji Multikolonieritas	34
4.13	Hasil Uji Regresi Liner Berganda	36

DAFTAR GAMBAR

2.1	Keputusan Pembelian	11
2.2	Kerangka Konseptual	16
4.1	Grafika Scatterplot	35
4.2	Kurva Daerah Penerimaan atau Penolakan Variabel <i>Brand Image</i>	38
4.3	Kurva Daerah Penerimaan atau Penolakan Variabel Kualitas Produk.	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Pendistribusian Kuesioner

Lampiran 3 Data Karakteristik Responden

Lampiran 4 Statistik Deskriptif, Uji Kualitas Data

Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik

Lampiran 6 Analisis Regresi Linier Berganda

Lampiran 7 t tabel dan r tabel

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh positif *brand image* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian motor NMAX di dealer Yamaha Solo Motor Kota Madiun. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang dipilih dengan teknik *non probability dan purposive sampling*. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *brand image* dan kualitas produk berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian motor NMAX di dealer Yamaha Solo Motor Kota Madiun. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,350 (35,0%) artinya variabel *brand image* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian motor NMAX menjelaskan pengaruh sebesar 35,0%. Dalam penelitian variabel yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian adalah *brand image*.

Kata Kunci: *Brand image*, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to test the significance of the positive influence of brand image and product quality on the decision to purchase NMAX motorcycles at Yamaha Solo Motor dealers in Madiun City. The sample used in this study as many as 100 respondents were selected with non probability and purposive sampling techniques. Hypothesis testers use multiple linear regression analysis with the help of the SPSS 22 program. The results showed that the brand image variable and product quality had a significant positive influence on the decision to purchase NMAX motorcycles at Yamaha Solo Motor dealers in Madiun City. The coefficient of determination (R^2) of 0.350 (35.0%) means that the variable brand image and product quality on the decision to purchase NMAX motors explains the influence of 35.0%. In research the dominant variable influencing purchasing decisions is brand image.

Keywords: *Brand image, Product Quality and Purchasing Decisions.*