

**PENGARUH KUALITAS PRODUK dan *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
VESPA *MATIC* PADA KOMUNITAS *SCOOTERLAZY* di
MADIUN**



OLEH:
IGNATIUS YOVIE ADIARTANTYO
3903019030

JURUSAN MANAJEMEN
(KAMPUS KOTA MADIUN)
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK dan *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN SEPEDA MOTOR VESPA *MATIC*
PADA KOMUNITAS *SCOOTERLAZY* di MADIUN**

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Bisnis
Jurusan Manajemen

OLEH:
IGNATIUS YOVIE ADIARTANTYO
3903019030

JURUSAN MANAJEMEN
(KAMPUS KOTA MADIUN)
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
2023

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR VESPA *MATIC* PADA
KOMUNITAS *SCOOTERLAZY* di MADIUN**

Oleh:

IGNATIUS YOVIE ADIARTANTYO

3903019030

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing,



Dra. Dyah Kurniawati. M.Si

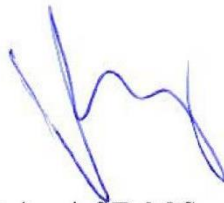
NIDN. 0713126601

Tanggal: 19 Januari 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang telah ditulis oleh: Ignatius Yovie Adiartantyo NRP 3903019030
Telah diuji pada tanggal 13 Desember 2023 dan dinyatakan lulus oleh Tim
Penguji

Ketua Tim Penguji :



Vivi Ariyani, SE.,M.Sc, CFP
NIDN. 0717128001

Mengetahui:

Dekan



Dr. Hendra Wijaya, S.Akt.,M.M.,CPMA
NIDN. 0718108506

Ketua Program Studi



Dra. 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 : Ignatius Yovie Adiartantyo

NIM : 3903019030

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Vespa *Matic* Pada Komunitas *Scooterlazy* di *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, 29 November 2023

Yang menyatakan,



Ignatius Yovie Adiartantyo

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, yang dengan kasih dan karuniaNya selalu menuntun dan membimbing saya sehingga skripsi ini telah selesai dengan baik. Skripsi berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Vespa *Matic* Pada Komunitas *Scooterlazy* di Madiun”

Selama menjalani perkuliahan maupun dalam penyusunan skripsi, penulis menyadari bahwa banyak pihak telah membantu penulis baik secara moral maupun spiritual. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Tuhan yang Maha Esa atas segala rahmat dan anugerah-Nya telah memberikan kekuatan, kemudahan, dan kelancaran dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. Orang tua dan keluarga, terutama Papa Andreas Jujuk, Mama Liliana, Kakak Cicilia Virginia dan Adek Cornelia Amanda serta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan moral, doa, kasih sayang maupun materi selama magang dan kuliah;
3. Ibu Dra. Dyah Kurniawati, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun serta selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan saran dan bimbingan bagi penulis sehingga skripsi dapat terselesaikan;
4. Bapak/Ibu Dosen dan staf TU Program Studi Manajemen Kampus Kota Madiun yang telah memberikan ilmu dan nasihat berharga selama menempuh kuliah;
5. Komunitas *Scooterlazy* Kota Madiun yang telah mengizinkan penulis menyebarkan kuesioner penelitian di lapangan;
6. Christine Poerwohadi yang selalu memberikan dukungan, bantuan, serta semangat kepada saya dalam pengerjaan skripsi ini;
7. Seluruh teman-teman Program Studi Manajemen Angkatan tahun 2020 atas kebersamaan yang dilalui selama masa perkuliahan.

Akhirnya, kepada semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu, penulis mengucapkan terimakasih. Semoga Tuhan membalas semua kebaikan, sama seperti kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan banyak hal yang masih harus diperbaiki. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun akan sangat berarti dan membantu penulis untuk kedepannya. Semoga hasil penelitian ini dapat berguna bagi pembaca dan pihak lain yang membutuhkan.

Madiun, 3 Januari 2024

Penulis

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and a vertical line extending downwards.

Ignatius Yovie Adiartantyo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Keputusan Pembelian	6
2.1.2 Kualitas Produk	10
2.1.3 <i>Brand Image</i>	12
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Pengembangan Hipotesis	15
2.3.1 Hubungan Antar Variabel.....	15
2.3.2 Rumusan Hipotesis Penelitian	16
2.4 Kerangka Konseptual.....	17
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	18
3.1 Desain Penelitian.....	18

3.2	Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	18
3.2.1	Identifikasi Variabel	18
3.2.2	Definisi Operasional Variabel	19
3.2.3	Pengukuran Variabel	20
3.3	Jenis dan Sumber Data	20
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	21
3.5	Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan	21
3.5.1	Populasi	21
3.5.2	Sampel	21
3.5.3	Teknik Penyampelan	22
3.6	Teknik Analisis Data.....	22
3.6.1	Uji Kualitas Data	22
3.6.2	Asumsi Klasik.....	23
3.6.3	Regresi Linear Berganda	24
3.6.4	Pengujian Hipotesis/Uji t.....	25
BAB 4	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	26
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	26
4.1.1	Gambaran Umum Komunitas <i>Scooterlazy</i>	26
4.1.2	Jabatan Komunitas <i>Scooterlazy</i>	26
4.2	Deskripsi Data.....	27
4.2.1	Deskripsi Responden	27
4.3	Deskripsi Variabel.....	29
4.3.1	Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk	30
4.3.2	Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	31
4.3.3	Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	32
4.4	Analisis Data	33
4.4.1	Uji Kualitas Data	33
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	35
4.4.3	Uji Regresi Linier Berganda.....	37
4.4.4	Uji Hipotesis	38
4.5	Pembahasan.....	41

4.5.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	41
4.5.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	41
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	43
5.1 Simpulan	43
5.2 Keterbatasan.....	43
5.3 Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN.....	47

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Skala Penilaian Kuesioner	20
Tabel 4.1 Tabel Karakteristik berdasarkan Umur	27
Tabel 4.2 Tabel Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	28
Tabel 4.3 Tabel Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	28
Tabel 4.4 Tabel Karakteristik Berdasarkan Penghasilan	29
Tabel 4.5 Rentang Skala	30
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	30
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	31
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Penjualan.....	32
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	34
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	35
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	35
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolonieritas	36
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Distribusi Domestik Sepeda Motor 2023	3
Gambar 2.1 Rerangka Konseptual	17
Gambar 4.1 Grafik Scatterplot	37
Gambar 4.2 Kurva Daerah Penerimaan H1 dan Penolakan H0	39
Gambar 4.3 Kurva Daerah Penerimaan H2 dan Penolakan H0	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Surat Penelitian	48
Lampiran 2 Karakteristik Responden.....	52
Lampiran 3 Statistik Deskriptif	53
Lampiran 4 Validitas Dan Reliabilitas	57
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik	61

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan *brand image* terhadap keputusan pembelian sepeda motor Vespa *Matic*. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan populasi anggota komunitas *Scooterlazy* Madiun. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian menggunakan kuesioner melalui *google form* yang menggunakan skala *likert*. Teknik analisis data menggunakan regresi berganda dengan uji hipotesis menggunakan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan dengan arah positif terhadap variabel keputusan pembelian, dan variabel *brand image* berpengaruh secara signifikan positif terhadap variabel keputusan pembelian sepeda motor Vespa *Matic* pada komunitas *Scooterlazy* di Madiun. Dengan nilai uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 29,4%, artinya variabel kualitas produk dan *brand image* mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 29,4% dan masih terdapat faktor lain yang memengaruhi variabel keputusan pembelian sebesar 70,6%.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Brand Image, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

The aim of this research is to determine the influence of product quality and brand image on purchasing decisions for Vespa Matic motorbikes. This type of research is quantitative research with a population of members of the Scooterlazy Madiun community. This research used purposive sampling, with a sample size of 100 respondents. The data collection technique in research uses a questionnaire via Google Form which uses a Likert scale. The data analysis technique uses multiple regression with hypothesis testing using the t test. The research results show that the product quality variable has a significant positive effect on the purchasing decision variable, and the brand image variable has a significantly positive effect on the purchasing decision variable for Vespa Matic motorbikes in the Scooterlazy community in Madiun. With a test value of the coefficient of determination (R^2) of 29.4%, this means that the product quality and brand image variables are able to explain the purchasing decision variable by 29.4% and there are still other factors that influence the purchasing decision variable by 70.6%.

Keywords: *Product Quality, Brand Image, Purchasing Decisions*