

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK,
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
YAMAHA N-MAX**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana(S1)
Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Oleh:

RIZQI EMIL ABDILLAH

B100150187

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2019**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi ini dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YAMAHA N-MAX**

OLEH
RIZQI EMIL ABDILLAH
B 100 150 187

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 26 Juni 2019

Pembimbing



(Ihwan Susila, SE, M Si)
NIDN. 0620107201

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



(Dr. H. Syamsudin, SE, MM)

NIDN. 0017025710



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **RIZQI EMIL ABDILLAH**
NIM : **B 100 150 187**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK,
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN YAMAHA N-MAX**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 22 Juni 2019

Yang membuat pernyataan,

(RIZQI EMIL ABDILLAH)

MOTTO

Saat masalahmu menjadi berat dan sulit untuk menemukan jalan keluar, isirahatlah dan hitunglah berkah yang kamu miliki

(Rizqi Emil Abdillah)

Berbuatlah kalian untuk kepentingan dunia seakan kalian akan hidup selamanya, dan berbuatlah untuk kepentingan akhirat seakan kalian akan mati esok pagi

(Al-Hadits)

PERSEMBAHAN

Sebagai wujud rasa syukur kepada Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat_Nya dan selalu memberikan kemudahan dalam mengerjakan penelitian ini, akan kupersembahkan karya sederhana ini dengan tulus kepada :

- ❖ Kedua orang tuaku, Bapak Bakoh Mulyanto dan Ibu Jumiati yang telah membesarkanku dengan sepenuh hati, dan membimbingku dengan penuh kasih sayang, yang selalu memberikan doa restu untuk kesuksesanku serta selalu memberikan dukungan yang tak akan bisa ku balas semuanya.
- ❖ Kakak ku Arifka dan adikku Nadia tersayang yang telah mendukungku dan memberikan motivasi untuk menyelesaikan penelitian ini.
- ❖ Sahabat dan teman-temanku yang selalu menemaniku dan mendukungku selama ini.
- ❖ Almameterku Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMS

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis “ Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan pembelian” Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan *jenis Purposive* yaitu sampling yang merupakan teknik penarikan sampel berdasarkan kriteria tertentu pada responden yang memiliki Yamaha N-Max. Berdasarkan metode dan teknik penarikan sampel diperoleh sebanyak 150 responden yang sesuai dengan kriteria. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah survey. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji ketepatan parameter penduga (uji t), uji ketepatan model (uji F) dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Yamaha N-Max di Boyolali.

Kata Kunci: Kualitas produk, Citra merek, Persepsi harga, Keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze "The Effect of Product Quality, Brand Image, and Perception of Terhadap Price on Purchase Decisions" The sampling technique used in this study is non probability sampling with the type of purposive namely sampling which is a sampling technique based on certain criteria on respondents who have Yamaha N-Max. Based on the method and sampling technique obtained as many as 150 respondents who fit the criteria. The data collection method used is survey. Data analysis techniques in this study are validity test, reliability test, multiple linear regression test, accuracy test of estimator parameters (t test), accuracy test model (F test) and coefficient of determination (R²). The results showed that product quality, brand image, and price perception had a positive effect on purchasing decisions of Yamaha N-Max in Boyolali.

Keywords: *Product quality, brand image, price perception, purchase decision*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan memanjatkan puji syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmad dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YAMAHA N-MAX”**

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Skripsi ini tidak tersusun tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak dalam bentuk moril maupun materil. Untuk itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih dan rasa hormat kepada:

1. Bapak Dr Syamsudin, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Imronudin, SE, Msi P.hD., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Ihwan Susila, SE, M.Si, P.hD. selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan bijaksana telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Moech Nasir, M.M. selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan saran selama Penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen beserta staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membimbing, mengarahkan dan membantu penulis menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Surakarta.

6. Kedua orangtua (Bapak Bakoh & Ibu Jumiati), terimakasih atas doa, nasihat, perhatian, semangat, serta kasih sayang yang besar dan tanpa batas waktu.
7. Adekku (Nadia) dan kakakku (Arifka) yang telah memberikan dukungan serta sebagai sumber semangat.
8. Buat sahabat-sahabat Kelas E terimakasih atas persahabatan dan dukunganya yang saling mendo'akan dan menguatkan.
9. Semua pihak yang membantu sehingga terciptanya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna dan terdapat beberapa kekurangan. Oleh karena itu penulis berharap adanya masukan, kritik maupun saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini juga bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 22 Juni 2019

Penulis

Rizqi Emil Abdillah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Landasan Teori	10
1. Keputusan Pembelian	10
2. Kualitas Produk.....	16
3. Citra Merek.....	18
4. Persepsi Harga	20
B. Penelitian Terdahulu.....	23
C. Kerangka Pemikiran	24
D. Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Desain Penelitian	27

	B. Metode Pengumpulan Data.....	28
	C. Jenis dan Sumber Data.....	28
	D. Populasi dan Sampel.....	29
	E. Operasional Variabel	29
	F. Metode Analisis Data.....	32
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	38
	A. Deskripsi Responden	38
	1. Karakteristik Berdasarkan Umur	38
	2. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
	3. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	39
	B. Gambaran Tanggapan Responden Mengenai Variabel Penelitian.....	40
	1. Kualitas Produk.....	40
	2. Citra Merek.....	42
	3. Persepsi Harga	43
	4. Keputusan Pembelian	44
	C. Metode Analisis Data.....	46
	1. Uji Instrumen Data.....	46
	2. Uji Asumsi Klasik.....	48
	3. Uji Ketepatan Model.....	50
	4. Uji Hipotesis	51
	D. Pembahasan	54
	1. Pengaruh Kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	55
	2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	55
	3. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	56
BAB V	PENUTUP	57
	A. Kesimpulan	57
	B. Keterbatasan Penelitian.....	57
	C. Saran	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	38
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk	40
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Tentang Citra Merek	42
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Tentang Persepsi Harga	43
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian	44
Tabel 4.8	Uji Validitas	47
Tabel 4.9	Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas	48
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinieritas	49
Tabel 4.12	Hasil Uji Heteroskedastisitas	49
Tabel 4.13	Hasil Koefisien Determinasi	50
Tabel 4.14	Hasil Uji F	50
Tabel 4.15	Hasil Uji Koefisien si	51
Tabel 4.16	Hasil Uji t	52
Tabel 4.17	Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis Penelitian	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian.....	25
----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Data Hasil Penelitian
Lampiran 3	Hasil Perhitungan Statistik
Lampiran 4	Tabel t
Lampiran 5	Tabel F