

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA BEAT
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA STIESIA)**



**Oleh:
ACHMAD PITRIYONO
NPM: 12.1.02. 05500
Program Studi: Manajemen**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
STIESIA SURABAYA
2017**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA BEAT
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA STIESIA)**

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi: Manajemen
Konsentrasi: Manajemen Pemasaran**

Oleh:

**ACHMAD PITRIYONO
NPM: 12.1.02. 05500**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
STIESIA SURABAYA
2017**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA BEAT
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA STIESIA)**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**ACHMAD PITRIYONO
NPM: 12.1.02.05500**

Telah Dipertahankan Didepan Tim Penguji

Pada Tanggal 22 April 2017

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dr. Ir. R. Budhi Satrio, M.M.

Anggota : 1. Dra. Ec. Sasi Agustin, M.M.


2. Dr. Prijati, S.E., M.M.

Dinyatakan memenuhi syarat dan diterima

Oleh:

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi S1 Manajemen


Dr. Prijati, S.E., M.M.


Dr. Triyonowati, M.Si.

Ketua STIESIA


Dr. Akhmad Riduwan, S.E., M.S.A., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : ACHMAD PITRIYONO

N.P.M : 12.1.02.05500

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA BEAT
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA STIESIA)

dan dimajukan untuk diuji pada tanggal 22 APRIL 2017, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 22 April 2017

Yang membuat pernyataan,



ACHMAD PITRIYONO

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : **Achmad Pitriyono**
NPM : 10.1.02. 05500
Program Studi : Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya / 13 Maret 1994
Agama : Islam
Jumlah Saudara/Anak ke : 2 (Dua) / 2 (Dua)
Alamat Rumah : Jl. Sambisari1 No18, Surabaya
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : **Mulyo**
Alamat Rumah/Telepon : Jl. Sambisari1 No18, Surabaya

Alamat Kantor/Telepon : -
Pekerjaan/Jabatan : Swasta

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat MI Nurul Huda Di Surabaya Tahun 2006
2. Tamat MTS Mambaus Sholihin Di Gresik Tahun 2009
3. Tamat MA Amanatul Ummah Di Surabaya Tahun 2012
4. Perguruan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I – VIII	2012-2017	-

Dibuat dengan sebenarnya

(Achmad Pitriyono)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat (Setudi Kasus Pada Mahasiswa STIESIA).” Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna menyelesaikan program studi Strata satu (S-1) dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Pemasaran di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Penulisan skripsi ini tidak dapat lepas dari bantuan berbagai pihak, baik bantuan secara moril maupun secara materil. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih tak terhingga kepada berbagai pihak yang telah berperan dalam terselesaikannya skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Akhmad Riduwan, SE., M.S.A., Ak , selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Ibu Dra. Tri Yuniati, M.M , selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Ibu Prijati, Dr, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar dan sepenuh hati membimbing dan memberi petunjuk sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

4. Bapak Sulistyو Budi Utomo, B.B.A, MA, Ec Selaku Dosen Wali.
5. Bapak serta Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang telah mendidik dan membimbing penulis selama mengikuti kuliah..
6. Kedua orang tua saya, dan juga saudara-saudara saya yang telah memberikan dorongan baik moril maupun spiritual untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Buat semua teman yang telah membantu memberikan dukungan, semangat, motivasi dan senantiasa mendoakan saya selama menyusun skripsi ini.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati yang tulus penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang bersangkutan.

Surabaya, 16 maret 2017

Achmad Pitriyono

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI	i
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	ii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	iii
KATA PENGANTAR.. ..	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DARTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB 1 : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Kontribusi Praktis	8
1.4.2 Kontribusi Teoritis.....	8
1.4.3 Kontribusi Kebijakan.....	8
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	8

BAB 2 : TINJAUAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	9
2.1 Tinjauan Teoritis.....	9
2.1.1 Perilaku Konsumen..	9
2.1.2 Produk.....	12
2.1.3 Kualitas Produk	14
2.1.4 Harga	16
2.1.5 Merek.....	20
2.1.6 Citra Merek.....	21
2.1.7 Keputusan Pembelian	22
2.1.8 Hubungan kualitas produk dengan keputusan pembelian	26
2.1.9 Hubungan harga dengan keputusan pembelian	26
2.1.10 Hubungan citra merek dengan keputusan pembelian.....	27
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
2.2 Rerangka Pemikiran	30
2.3 Model Konseptual.....	32
2.4 Perumusan Hipotesis.....	33
BAB 3 : METODA PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian dan gambaran dari populasi (objek) penelitian.....	34
3.1.1 Jenis Penelitian	34
3.1.2 Gambaran dari populasi penelitian	34
3.2 Teknik Pengambilan Sampel	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data	35

3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	36
3.4.1 Variabel.....	36
3.4.2 Definisi Operasional Variabel	37
3.5 Teknik Analisis Data.....	40
3.5.1 Metode Kuantitatif	41
1. Uji Validitas.....	41
2. Uji Reliabilitas.....	42
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	42
1. Uji Normalitas.....	43
2. Uji Multikolinearitas.....	44
3. Uji Heteroskedestisitas.....	44
3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda	45
3.5.4 Uji Kelayakan Model (Uji F)	46
3.5.5 Pengujian Hipotesis	47
1. Koefisien Determinasi(R^2).....	47
2. Uji Statistik (t).....	47
3. uji determinasi parsial(r^2)	48
BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Hasil Penelitian.....	50
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	50
4.1.2 Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	52
4.1.3 Deskriptif Hasil Penelitian.....	54
1.Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Kualitas Produk	56
2. Tangapan Responden Berkaitan Dengan Harga..	58

3. Tangapan Responden Berkaitan Dengan Citra Merek.....	59
4. Tangapan Responden Berkaitan Dengan keputusan Pembelian..	61
4.2 Analisis Data	63
4.2.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas	64
1. Uji Validitas.....	64
2. Uji Reliabilitas.....	65
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	66
1.Uji Normalitas.	66
2. Uji Multikolinearitas	68
3. Uji Heteroskedestisitas	69
4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	71
4.2.4 Uji Kelayakan Model (Uji F)	73
4.2.5 Pengujian Hipotesis	74
1. Koefisien Determinasi(R^2).....	74
2. Koefisien Korelasi(Uji t)	75
3. Koefisien Determinasi Parsial (r^2).....	76
4.3 Pembahasan	77
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	78
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	79
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	80
4. Pengaruh Harga Paling Dominan Terhadap Keputusan Pembelian	81

BAB 5 : PENUTUP	82
5.1 Simpulan.	82
5.2 Saran.	82
 DAFTAR PUSTAKA	 83
 LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 2 Kontruksi Kuisisioner	40
Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin.....	53
Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan usia.....	54
Tabel 5 kelas interval	55
Tabel 6 Distribusi Frekuensi Berkaitan Dengan Kualitas peroduk.....	56
Tabel 7 Distribusi Frekuensi Berkaitan Dengan harga	58
Tabel 8 Distribusi Frekuensi Berkaitan citra merek	60
Tabel 9 Distribusi Frekuensi Berkaitan Dengan Keputusan pembelian	62
Tabel 10 Hasil Uji Validitas.....	65
Tabel 11 Hasil Uji Realibilitas	66
Tabel 12 Uji Multikolinieritas.....	68
Tabel 13 Hasil Regresi Linier Berganda.....	71
Tabel 14 Hasil Uji kelayakan model(uji F).....	73
Tabel 15 Koefisien Determinasi Berganda	74
Tabel 16 Koefiai korelasi Parsial(uji t)	75
Tabel 17 koefisien determinasi parsial(r^2).....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model Konseptual	33
Gambar 2 Uji Normalitas	67
Gambar 3 Uji Heteroskedaktisitas	70

Daftar Lampiran

1. Kuesioner
2. Tabulasi data
3. Frekuensi distribusi data
4. Hasil regresi
5. Surat bimbingan skripsi kepada dosen pembimbing
6. Surat ijin riset
7. Kartu konsultasi bimbingan skripsi
8. Sertifikat Seminar ekuitas

