

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI KUALITAS DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA
VARIO DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh :

NUR ILLA DAMAYANTI
2015210795

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2019

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI KUALITAS, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA
VARIO DI KOTA SURABAYA**

Diajukan Oleh :

NUR ILLA DAMAYANTI

NIM : 2015210795

Skripsi ini telah dibimbing
Dan dinyatakan siap **diujikan**

Dosen Pembimbing
Tanggal : 28 Januari 2019


(FAIZATUL HIQMAH, S.Sos., MM)

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI KUALITAS, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA
VARIO DI KOTA SURABAYA**

Disusun oleh

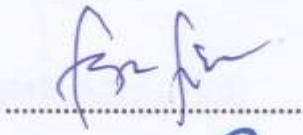
NUR ILLA DAMAYANTI


NIM :2015210795

Dipertahankan di depan Tim Penguji
Dan dinyatakan Lulus ujian Skripsi
pada tanggal 08 Februari 2019

Tim Penguji

Ketua : Dra. Ec. Aniek Maschudah I, M.Si 

Sekretaris : Faizatul Hiqmah, S.Sos., MM 

Anggota : Dr. Ronny, S.Kom, M.Kom, M.H 

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nur Illa Damayanti
Tempat, Tanggal Lahir : Tualang Cut, 29 November 1997
N.I.M : 2015210795
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario di Kota Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

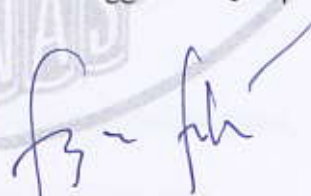
Dosen Pembimbing

Tanggal : 29 April 2019

Tanggal : 29 April 2019



(Burhanudin, SE., M.si., Ph.D)



(Faizatul Hiqmah, S.Sos., MM)

MOTTO

Belajar, lakukan, dan berdoa

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini tidak lepas dari bantuan serta dukungan dari semua pihak. Oleh karena itu, saya mempersembahkan ini dan mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Allah SWT karena rahmat dan karuniaNya telah memberikan saya kemudahan dalam menyelesaikan studi di STIE PERBANAS Surabaya
2. Untuk keluarga saya terutama Ibu, mbak dan (Alm) ayah saya yang telah memberi dukungan dan serta yang selalu mendoakan untuk kelancaran saya selama skripsi.
3. Mifta Andini Larasati Citra Putri Ramadani dan mbak Riska Ayu yang sabar menemani saya saat kuliah meskipun sifat unik saya suka keluar.
4. Para panitia Harmoni 2017,SSM 2017, PMB dan adik adik mentor saya yang mengajarkan tanggung jawab, solidaritas, kesabaran dll
5. Manja syariah yang telah memberikan motivasi doa dan dukungan sehingga saya dapat menyelesaikan perkuliahan selama 3,5 tahun.
6. Untuk teman-teman angkatan 2015 terima kasih sudah menjadi rekan seperjuangan semoga kalian sukses dimasa yang akan datang.
7. Moch. Oka Syah yang telah mau menemani dan mendukung saya dalam pengerjaan skripsi ini.
8. R.R dan M.W.M yang pernah membantu mengerjakan tugas, mengajari saya jika kurang paham serta sabar dengan kelakuan saya

Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu persatu di halaman ini. Terimakasih untuk semua hal terindah selama ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat serta kasih sayang-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan salah satu syarat penyelesaian tugas akhir S1 manajemen yaitu dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario Di Kota Surabaya”**. Penelitian ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian program pendidikan strata satu jurusan manajemen. Tidak lupa, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang sudah banyak membantu dalam proses pembuatan penelitian ini, terima kasih diucapkan kepada:

1. Faizatul Hiqmah. S.Sos., MM selaku dosen pembimbing
2. Dr. Drs., Soni Harsono M.Si selaku dosen wali
3. Seluruh dosen STIE Perbanas Surabaya beserta seluruh civitas yang telah memberi banyak pembelajaran yang sangat bermanfaat

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan penelitian ini. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap bahwa skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 16 Oktober 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan teori.....	14
2.3 Kerangka Penelitian.....	21
2.4 Hipotesis penelitian.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Rancangan Penelitian.....	23
3.2 Batasan Penelitian.....	24
3.3 Identifikasi Variabel	24
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	24
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.6 Instrumen Penelitian	30
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data	33
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	33
3.9 Teknik Analisis Data	34
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	41
4.1 Gambaran Subyek Penelitian.....	41
4.2 Analisis Data.....	50
4.3 Pembahasan	61

BAB V PENUTUP.....	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	65
5.3 Saran	65

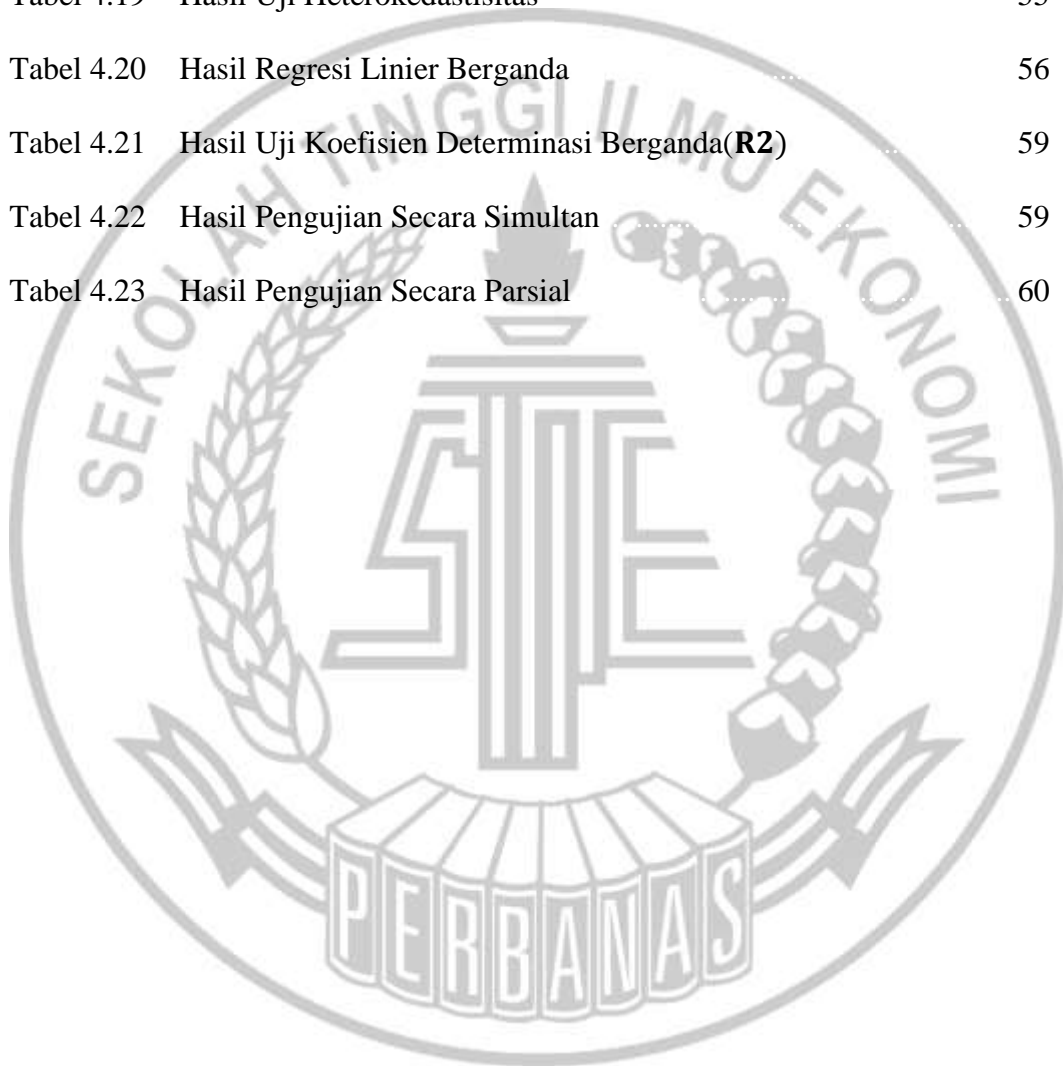
DAFTAR RUJUKAN
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

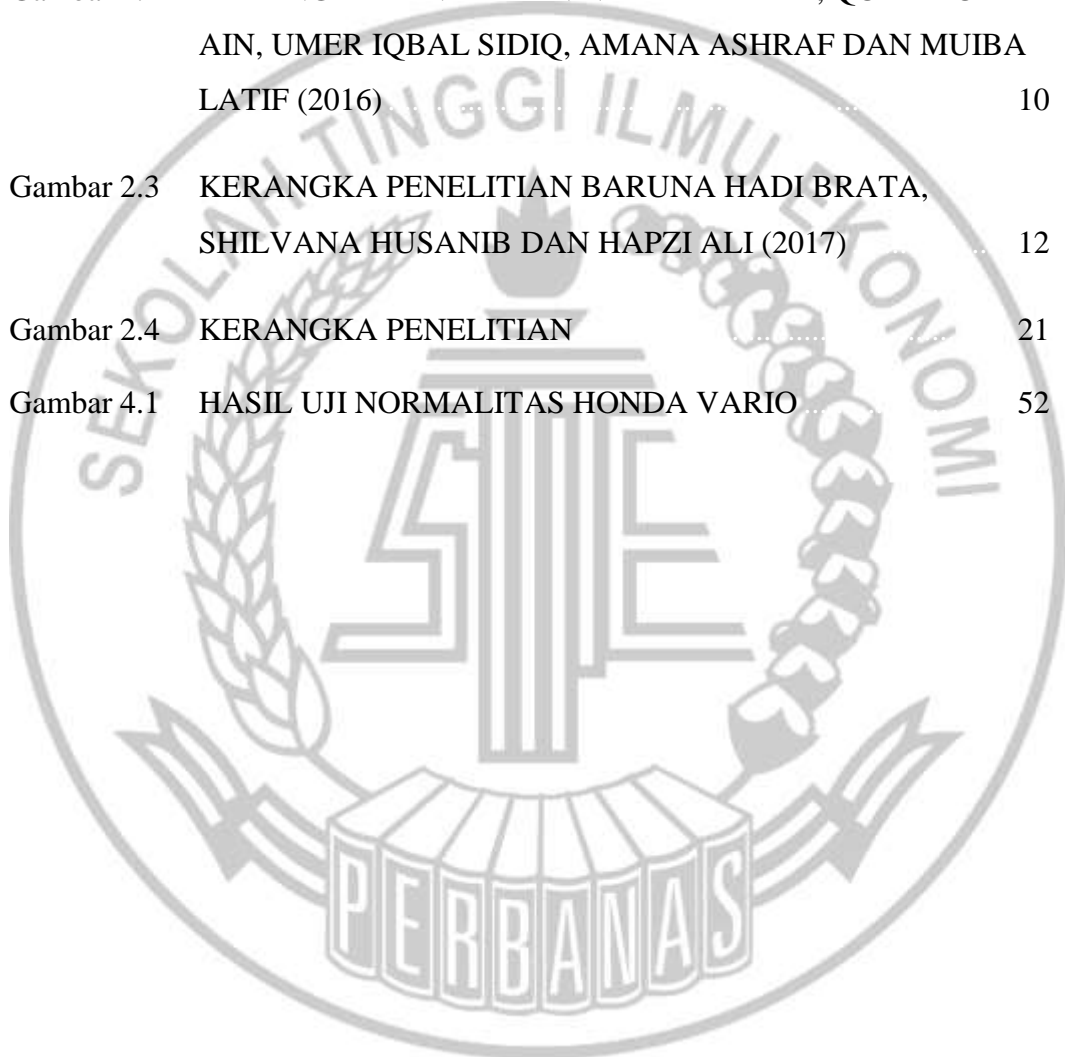
	Halaman	
Tabel 1.1	Penjualan Sepeda Motor Tahun 2016 – 2017	1
Tabel 2.1	Perbedaan dan Persamaan Penelitian yang akan dilakukan dan Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1	Skala Likert	28
Tabel 3.2	Tabel Interval	28
Tabel 3.3	Instrument Penelitian	31
Tabel 3.4	Asumsi Autokorelasi	37
Tabel 4.1	Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4.2	Data Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.3	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Sampel Kecil	43
Tabel 4.5	Hasil Pengujian Reliabilitas Sampel Kecil	44
Tabel 4.6	Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 4.7	Data Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.8	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.9	Jawaban Responden Mengenai Citra Merek (X1)	47
Tabel 4.10	Jawaban Responden Mengenai Variabel Persepsi Kualitas (X2)	48
Tabel 4.11	Jawaban Responden Mengenai Variabel Promosi (X3)	48
Tabel 4.12	Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y)	49
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Validitas Sampel Besar	50
Tabel 4.14	Hasil Pengujian Reliabilitas Sampel Besar	51

Tabel 4.15	Hasil Uji Normalitas	53
Tabel 4.16	Uji Multikolinearitas Variabel Bebas	54
Tabel 4.17	Hasil Uji Autokorelasi	54
Tabel 4.18	Durbin Watson	55
Tabel 4.19	Hasil Uji Heterokedastisitas	55
Tabel 4.20	Hasil Regresi Linier Berganda	56
Tabel 4.21	Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda(R^2)	59
Tabel 4.22	Hasil Pengujian Secara Simultan	59
Tabel 4.23	Hasil Pengujian Secara Parsial	60



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	KERANGKA PENELITIAN AZHAR AHMAD, SALLEHUDDIN MOHD NOOR DAN CHE ANIZA CHE WEL (2014) 9
Gambar 2.2	KERANGKA PENELITIAN NAEM AKHTAR, QURAT-UL-AIN, UMER IQBAL SIDIQ, AMANA ASHRAF DAN MUIBA LATIF (2016) 10
Gambar 2.3	KERANGKA PENELITIAN BARUNA HADI BRATA, SHILVANA HUSANIB DAN HAPZI ALI (2017) 12
Gambar 2.4	KERANGKA PENELITIAN 21
Gambar 4.1	HASIL UJI NORMALITAS HONDA VARIO 52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Tabulasi Data Responden

Lampiran 3 : Tabulasi Skor Responden



**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY AND
PROMOTION ON PURCHASE DECISION OF HONDA VARIO
MOTORCYCLE IN SURABAYA**

NUR ILLA DAMAYANTI
STIE PERBANAS SURABAYA
Email : 2015210795@students.perbanas.ac.id

Abstract

This research aims to analyze whether brand image, perceived quality and promotions have significantly influencing on Honda Vario motorcycle consumer's purchase decision in Surabaya. The population of this research was Honda vario buyers in Surabaya. The samples of this research is users and buyer Honda Vario at 2013- 2018 aged from 20 years old, and located in Surabaya. The method of data collection in this research is by using primary data collection. . Data is taken through the questionnaire which is spread and responded by respondents on December 2018. The analysis technique used in this research is descriptive analysis and multiple linear regression analysis. The results of this research indicate that brand image, perceived quality and promotions are simultaneously having significant influence toward consumer's purchase decision of Honda Vario in Surabaya. This research also haved that brand image and perceived quality are partially having significant influence toward consumer's purchase decision of Honda Vario in Surabaya. While promotion is found partially in significant influence the consumer purchase decision of Honda Vario in Surabaya.

Keyword : Brand Image, Perceived Quality, Promotion and Purchase Decision

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI KUALITAS, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA
VARIO DI KOTA SURABAYA**

**NUR ILLA DAMAYANTI
STIE PERBANAS SURABAYA**

Email : 2015210795@students.perbanas.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah citra merek, persepsi kualitas dan promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian secara simultan maupun parsial pada Sepeda Motor Honda Vario di Kota Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli Honda Vario di Kota Surabaya. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna dan pembeli honda vario tahun 2013 -2018 berusia minimal 20 tahun dan berdomisili di kota Surabaya. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek, persepsi kualitas dan promosi secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor Honda Vario di Kota Surabaya. Pada uji T variabel citra merek dan persepsi kualitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Honda Vario di Kota Surabaya. Sementara promosi secara parsial tidak berpengaruh signifikan keputusan pembelian.

**Kata kunci: Citra Merek, Persepsi kualitas, Promosi dan Keputusan
Pembelian**