

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPEDA
MOTOR HONDA DI KOTA YOGYAKARTA**



SKRIPSI

Disusun oleh :

Steven Kurniawan Prasono

11130043

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2016

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPEDA
MOTOR HONDA DI KOTA YOGYAKARTA**

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi



Oleh :

Steven Kurniawan Prasono – 11130043

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2016

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : Analisis Pengaruh *Kualitas Produk, Citra Merek* dan Harga terhadap
Keputusan Pembelian Produk Sepeda Motor Honda di Kota Yogyakarta

Nama : Steven Kurniawan Prasono

NIM : 11130043

Mata Kuliah : Skripsi

Fakultas : Bisnis

Program Studi : Manajemen

Semester : Genap

Tahun : 2016/2017

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

di Yogyakarta

Pada Tanggal: 26 Mei 2017

Wakil Dekan I Manajemen,



(Dr. Sisnuhadi, MBA., Ph.D.)

Dosen Pembimbing,



(Jonathan Herdioko, S.E., M.M.)

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPEDA MOTOR HONDA DI
KOTA YOGYAKARTA**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di peruruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika kemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia di kenai sanksi, yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, Januari 2016



Steven Kurniawan Prasono

11130043

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPEDA
MOTOR HONDA DI KOTA YOGYAKARTA**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

STEVEN KURNIAWAN PRASONO

11130043

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

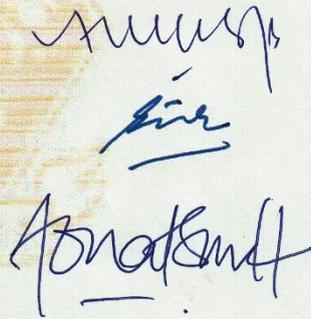
Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi pada tanggal 8 Juni 2017

Nama Dosen

1. Dra. Purwani Retno Andalas, MM :
(Ketua Tim)
2. Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., MM :
(Dosen Penguji)
3. Jonathan Herdioko, SE., MM :
(Dosen Penguji)

Tanda Tangan



Yogyakarta, 8 Juni 2017

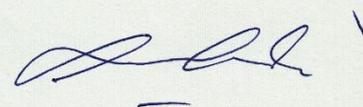
Disahkan oleh:

Dekan,



DR. Singgih Santoso, MM.

Wakil Dekan I Manajemen,



Dr. Sisnuhadi, MBA., Ph.D.

HALAMAN MOTTO

☞ *Succes doesn't comes to you. You Go to IT #AlbertEinstein*

☞ *What's the world most Wanted? Its killing you #KingArthur*

☞ *Be thankful for the Hard times,for they have made you #LeonardoDiCaprio*

☞ *There is fate but it only takes you so far because once you're there it's up to you to
make it happen*

☞ *What is your super power? I'm rich #BatmanJusticeLeague*

☞ *Retard Alert #Dota2*

©UKDWN

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan penulis untuk:

1. Kepada Tuhan Yesus Kristus sebagai sumber berkat dan pengharapan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Kepada Kedua Orang Tua saya yang penulis cintai, selalu memberi semangat dan support dalam setiap proses di hidup penulis.
3. Kepada Bapak Jonathan Herdioko, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberi banyak arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
4. Kepada Giam Tjien Gie engkong saya yang tercinta yang telah berpulang ke rumah Bapa disaat penulis menyelesaikan skripsi.
5. Kepada saudara saya Raymond Kurniawan dari Fakultas TI yang memberi dukungan dan support dalam mengerjakan skripsi.
6. Kepada teman patner saya yang terkasih Stefayin Veronica Wijaya yang menemani penulis dalam menyelesaikan perkuliahan bersama-sama.
7. Sahabat-sahabat saya Mega, Maria, Nike, Esti, Yohanes, dan Stevanus yang mendukung penulis dalam menyelesaikan perkuliahan dan terkhusus Mega yang memberi support dalam skripsi dan keseharian.
8. Dan teman-teman penulis yang tidak dapat disebutkan satu – persatu, terima kasih atas support dan doanya.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan berkat dan penyertaannya sehingga penulis bisa menyelesaikan Skripsi dengan judul

“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPEDA MOTOR HONDA DI KOTA YOGYAKARTA”

yang disusun sebagai syarat akademis untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.

Penulis menyadari skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terimakasih.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian di masa datang. Semoga Skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, Maret 2017

Penulis



Steven Kurniawan Prasono

11130043

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan berkat dan penyertaannya sehingga penulis bisa menyelesaikan Skripsi dengan judul

“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPEDA MOTOR HONDA DI KOTA YOGYAKARTA”

yang disusun sebagai syarat akademis untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.

Penulis menyadari skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terimakasih.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian di masa datang. Semoga Skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, Maret 2017

Penulis

Steven Kurniawan Prasono

11130043

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	ii
Halaman Persetujuan	iii
Pernyataan Keaslian Skripsi	iv
Halaman Pengesahan	v
Halaman Motto	vi
Halaman Persembahan.....	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
Abstrak.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Batasan Masalah	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	10
2.1.2 Pengertian Kualitas.....	15
2.1.3 Pengertian Kualitas Produk (<i>Product Quality</i>).....	15
2.1.4 Pengertian Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	16
2.1.5 Pengertian Harga (<i>Price</i>).....	19
2.2 Kerangka Penelitian	21
2.3 Hipotesis.....	22
2.4 Penelitian Terdahulu	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	24
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	24

3.2	Tempat dan Waktu Penelitian	24
3.3	Bentuk Penelitian	24
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.4.1	Data Primer.....	25
3.4.2	Data Sekunder	25
3.5	Populasi dan Sampel	25
3.5.1	Populasi	25
3.5.2	Sampel	26
3.6	Pengukuran Variabel.....	27
3.7	Metode analisis data.....	27
3.7.1	Uji Validitas.....	27
3.7.2	Uji Reliabilitas	28
3.8	Alat Analisis Data	29
3.8.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	29
3.8.2	Koefisien Determinasi (R ²).....	30
3.8.3	Uji Simultan (uji-F)	30
3.8.4	Uji Parsial (uji-t).....	31
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		33
4.1	Deskripsi	33
4.2	Metode analisis data.....	33
4.2.1	Uji Validitas.....	33
4.2.2	Uji Reliabilitas	36
4.2.3	Statistik Deskriptif.....	36
4.2.3.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
4.2.3.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	38
4.2.3.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
4.2.3.4	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	40
4.2.3.5	Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran per bulan.....	41
4.3	Alat Analisis Data	42
4.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	42
4.3.2	Koefisien Determinasi (R ²).....	44
4.3.3	Uji Signifikan Secara Simultan (uji-F).....	45
4.3.4	Uji Signifikan Secara Parsial (uji-t).....	46
4.4	Pembahasan.....	48

5 BAB IV PENUTUP.....	50
5.1 Deskripsi	50
5.2 Simpulan	50
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	51
5.4 Saran.....	52
5.4.1 Bagi Perusahaan	52
5.4.2 Bagi Penelitian Selanjutnya.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	54

©UKDW

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Data Penjualan Sepeda motor tahun 2016.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
4.1 Hasil Uji Validitas	35
4.2 Hasil Uji Reliabilitas	36
4.3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
4.4 Profil Responden Berdasarkan Usia	38
4.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
4.6 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	40
4.7 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran per bulan	41
4.8 Hasil Regresi Linear Berganda.....	42
4.9 Analisis Regresi untuk Koefisien Determinasi (R^2)	44
4.10 Hasil Uji F	45
4.11 Hasil Uji t	47

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	13
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian	21

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Kuesioner	58
Excel	62
Reliability.....	64
Frekuensi.....	64
Regresi	65
Tabel r	67
Surat Ijin BAPEDA.....	68

©UKDWN

ABSTRAK
**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPEDA MOTOR HONDA DI
KOTA YOGYAKARTA**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya peningkatan penjualan sepeda motor Honda di Yogyakarta. Peningkatan penjualan ini terjadi karena adanya kebutuhan dalam masyarakat. Seiring berkembangnya jaman tersebut maka Honda sebagai produsen ikut serta dalam menyesuaikan kebutuhan masyarakat. Persaingan antara perusahaan sepeda motor membuat tiap-tiap perusahaan berlomba-lomba untuk menarik minat para konsumennya untuk membeli produk tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh penulis untuk mengetahui penyebab Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen terhadap sepeda motor Honda. Variable yang diteliti oleh penulis adalah kualitas produk, citra merek dan harga mempengaruhi Keputusan pembelian. Responden yang diteliti berada di daerah Yogyakarta dengan jumlah sebanyak 100 orang responden yang terdiri dari berbagai kalangan. Metode yang digunakan oleh peneliti adalah analisis linier berganda dengan hasil variable yang berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda adalah Citra merek. Secara umum variable kualitas produk, citra merek, dan harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian sebesar 25,1% dan 74,9% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti.

Kesimpulan dari penelitian ini Citra merek dari Honda tergolong sangat baik dan masyarakat cenderung sudah mengenal merek Honda karena memiliki kesan positif dan sudah mendunia.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, kualitas produk, citra merek, harga

ABSTRACT
**ANALYSIS OF EFFECT FROM PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE AND
PRICE ON DECISION PURCHASING OF HONDA MOTORCYCLE PRODUCT IN
YOGYAKARTA CITY**

This research is motivated by the increased sales of Honda motorcycles in Yogyakarta. The increase in sales is due to the need in the community. As the era progressed, Honda as a manufacturer, has participated in adjusting the needs of the community. Competition between motorcycle companies makes every company competing to attract customers to buy the product,

Research conducted by the author is to determine the cause of purchasing decisions made by the consumers of Honda motorcycles. Variables examined by the authors are product quality, brand image and price toward the influence purchasing decisions. Respondents who researched live in the area of Yogyakarta with a total of 100 respondents consisting of various backgrounds. The method used by the researchers is multiple linear analysis with the result of variables that significantly influence the decision of the purchase of Honda motorcycles are brand image. Generally variable of product quality, brand image, and price influence to purchasing decision equal to 25,1% and 74,9% influenced by the other variable not examined

The conclusion of this research The brand image of Honda is significant and people tend to have known the Honda brand because it has a positive perspective and worldwide impression

Key Word : Buying Decision, Product Quality, Brand Image, Price

ABSTRAK
**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPEDA MOTOR HONDA DI
KOTA YOGYAKARTA**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya peningkatan penjualan sepeda motor Honda di Yogyakarta. Peningkatan penjualan ini terjadi karena adanya kebutuhan dalam masyarakat. Seiring berkembangnya jaman tersebut maka Honda sebagai produsen ikut serta dalam menyesuaikan kebutuhan masyarakat. Persaingan antara perusahaan sepeda motor membuat tiap-tiap perusahaan berlomba-lomba untuk menarik minat para konsumennya untuk membeli produk tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh penulis untuk mengetahui penyebab Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen terhadap sepeda motor Honda. Variable yang diteliti oleh penulis adalah kualitas produk, citra merek dan harga mempengaruhi Keputusan pembelian. Responden yang diteliti berada di daerah Yogyakarta dengan jumlah sebanyak 100 orang responden yang terdiri dari berbagai kalangan. Metode yang digunakan oleh peneliti adalah analisis linier berganda dengan hasil variable yang berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda adalah Citra merek. Secara umum variable kualitas produk, citra merek, dan harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian sebesar 25,1% dan 74,9% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti.

Kesimpulan dari penelitian ini Citra merek dari Honda tergolong sangat baik dan masyarakat cenderung sudah mengenal merek Honda karena memiliki kesan positif dan sudah mendunia.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, kualitas produk, citra merek, harga

ABSTRACT
**ANALYSIS OF EFFECT FROM PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE AND
PRICE ON DECISION PURCHASING OF HONDA MOTORCYCLE PRODUCT IN
YOGYAKARTA CITY**

This research is motivated by the increased sales of Honda motorcycles in Yogyakarta. The increase in sales is due to the need in the community. As the era progressed, Honda as a manufacturer, has participated in adjusting the needs of the community. Competition between motorcycle companies makes every company competing to attract customers to buy the product,

Research conducted by the author is to determine the cause of purchasing decisions made by the consumers of Honda motorcycles. Variables examined by the authors are product quality, brand image and price toward the influence purchasing decisions. Respondents who researched live in the area of Yogyakarta with a total of 100 respondents consisting of various backgrounds. The method used by the researchers is multiple linear analysis with the result of variables that significantly influence the decision of the purchase of Honda motorcycles are brand image. Generally variable of product quality, brand image, and price influence to purchasing decision equal to 25,1% and 74,9% influenced by the other variable not examined

The conclusion of this research The brand image of Honda is significant and people tend to have known the Honda brand because it has a positive perspective and worldwide impression

Key Word : Buying Decision, Product Quality, Brand Image, Price

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi seperti sekarang ini kehidupan manusia tidak dapat lepas dari kegiatan mobilisasi. Mobilitas manusia adalah segala kegiatan aktifitas pergerakan manusia dalam menjalani keseharian dalam kehidupan sehari-hari. Tuntutan mobilitas masyarakat saat ini mendorong semakin tingginya penggunaan kendaraan bermotor untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan cepat. Atas dasar tingginya kebutuhan kendaraan bermotor sebagai hal yang sangat diperlukan dalam menunjang mobilitas manusia tersebut, maka mengakibatkan semakin ketat pula persaingan yang harus dihadapi oleh perusahaan-perusahaan otomotif sebagai produsen kendaraan bermotor.

Dalam dunia bisnis perusahaan dituntut untuk dapat bersaing dan dapat terus bertahan guna mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan. Perusahaan harus memiliki suatu keunggulan kompetitif agar dapat terus bertumbuh dan berkembang, serta perusahaan dapat memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi pemilik serta para pemangku kepentingan perusahaan. Salah satu hal yang sangat penting untuk mewujudkan hal tersebut yaitu melalui merek. Merek bagi suatu perusahaan merupakan salah satu asset terbesar yang dimiliki oleh perusahaan yang harus dipertahankan

Menurut David Aaker (2008), merek adalah sebuah nama ataupun simbol yang bertujuan untuk membedakan dan mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual ataupun sekelompok penjual yang merupakan pesaing mereka. Selain itu sebuah merek juga dapat menjadi sebuah sinyal bagi pelanggan atas sebuah produk,

dan melindungi pelanggan maupun produsen dari pesaing yang akan berusaha untuk menyediakan produk identik yang akan muncul.

Citra merek merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek yang terbentuk pada benak konsumen berdasarkan dari informasi serta pengalaman masa lalu terhadap merek tersebut. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap konsumen yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Menurut Fandi Tjiptono (2002), citra merek merupakan asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Menurut Kotler (2005), citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen.

Selain merek salah satu hal penting lainnya yang harus dipertahankan oleh perusahaan untuk tetap dapat bertahan di dalam persaingan bisnis adalah melalui menjaga kualitas produk yang ada. Menjaga kualitas produk merupakan salah satu kebijakan penting bagi perusahaan untuk dapat meningkatkan daya saing produk yang dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen. Menurut Crosby (1986), kualitas produk adalah produk yang sesuai dengan yang disyaratkan atau distandardkan. Menurut Deming (1986), kualitas produk adalah kesesuaian produk dengan kebutuhan pasar atau konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat memahami apa yang konsumen butuhkan dengan mengimplementasikan pada kualitas produk mereka.

Kendaraan roda dua atau sepeda motor kini menjadi salah satu alternatif utama yang dipilih oleh masyarakat untuk menunjang kegiatan mobilitas sehari-hari, sehingga dewasa ini kebutuhan akan sepeda motor terus meningkat. Sepeda motor yang awalnya merupakan bagian pemenuhan kebutuhan mobilitas manusia kini juga telah merambah pada gaya hidup baik bagi individu serta masyarakat. Dari tahun ke tahun perubahan

model serta jenis sepeda motor semakin variatif dan inovatif oleh karena itu maka semakin variatif pula target konsumen yang dituju

Sepeda motor dapat dikelompokkan menjadi beberapa tipe sebagai berikut; *Sport, Standard/Naked, Cruiser, Trail/Off-Road, Bebek, scooter/skuter/Matic*. Tipe *Sport* merupakan tipe kendaraan bermotor dengan yang dikhususkan untuk penggunaan balap dan kecepatan tinggi. Pengemudi yang mengemudikan sepeda motor berjenis sport ini relatif membungkuk ke depan dan posisi kaki yang sedikit kebelakang, posisi tersebut digunakan untuk mengatur tekanan angin dari arah depan yang berlawanan sehingga membuat sepeda motor ini dapat melaju dengan kecepatan tinggi dan sepeda motor dengan tipe ini dapat digunakan baik untuk pria maupun wanita. Contoh sepeda motor tipe ini yaitu: *Honda CBR 250, Honda CBR 250 rr, dll*. Tipe *Standard/Naked* adalah tipe sepeda motor berkopling dan memiliki jarak *body* dari tanah yang tinggi dan sepeda motor ini di desain dengan *body* dan performa mesin yang sangat bertenaga dan kuat. Tipe sepeda motor ini digunakan dalam keperluan sehari-hari. Contoh sepeda motor tipe ini yaitu: *Honda Tiger, Honda MegaPro, Honda Berza 150, Honda CB Trigger, Honda Win, dll*. Tipe *Cruiser* adalah tipe sepeda motor yang memiliki torsi mesin yang besar dan mempunyai kemampuan menarik beban besar. Biasanya motor jenis ini identik dengan mesin 2 silinder, *Riding position* yang santai dan bergaya *Chopper*. Posisi tangan pengendara lebih tinggi daripada posisi duduk dan posisi kaki yang selonjor ke depan. Contoh sepeda motor tipe ini yaitu: *Harley Davidson, Kawasaki Vulcan dan Bajaj Avenger*. Tipe *Trail/Off-Road* adalah tipe sepeda motor yang dikhususkan untuk medan berat /*Off-road* yang berbatu ,berlumpur, dan pasir. Sepeda Motor jenis ini mempunyai ciri kontur ban kasar, bergerigi kotak-kotak. Motor jenis ini mempunyai torsi besar dan tahan banting. Sepeda motor jenis ini tidak mengejar top speed, namun akselerasi dan memiliki jenis *suspense* yang lebih fleksible.

Contoh sepeda motor tipe ini yaitu: *Honda CRF450X, Kawasaki KLX 150, Suzuki DR Z400S dual sport 400cc, dll.* Tipe Bebek merupakan tipe sepeda motor manual tanpa kopling yang memiliki Kapasitas Silinder (cc) kecil. Tipe sepeda motor ini sangat ramah dan mudah dikendarai. Contoh sepeda motor tipe ini yaitu: *Honda Supra X 125, Honda Revo , Honda Blade, Honda Astera, Honda Sonic 150R dll.* Tipe Matic / skuter adalah tipe sepeda motor otomatis yang tidak menggunakan operan gigi manual dan hanya cukup dengan satu akselerasi, sepeda motor ini memiliki kapasitas silinder (cc) kecil serta ukuran yang kecil dan ringan. Sepeda motor ini sangat cocok untuk wanita dan digunakan untuk keperluan dalam kota/ wilayah. Contoh sepeda motor tipe ini yaitu: *Honda Beat, Honda Vario, Honda Scoopy, Honda Spacy Helm-in, dll.*

Atas dasar jenis produk serta target konsumen yang berbeda-beda tersebut maka terbentuk pula harga yang berbeda untuk tiap jenis produk sepeda motor. Menurut Tjiptono (1997), harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang, ditukarkan agar dapat memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Menurut Basu Swastha (2002), harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Akibat dari permintaan yang tinggi terhadap kebutuhan produk sepeda motor, maka menimbulkan adanya kompetisi di antara produsen-produsen sepeda motor untuk dapat memasarkan produknya. Karena tingginya tingkat persaingan tersebut sehingga setiap perusahaan dituntut untuk mengambil langkah-langkah serta strategi yang tepat, guna memenangkan persaingan dengan kompetitor, menjaga eksistensi yang dimiliki dan tentunya mempertahankan, Bahkan dapat meningkatkan keuntungan atau *profit* yang dihasilkan. Tanpa strategi yang tepat perusahaan tidak akan dapat bertahan karena seiring waktu *competitor* akan terus muncul bersamaan dengan permintaan konsumen

yang kian meningkat. Hal ini pasti dihadapi oleh perusahaan yang mencari laba dan tidak terkecuali pada industri sepeda motor di Indonesia.

PT.Astra Honda Motor (AHM) merupakan produsen sepeda motor terbesar di Indonesia. Perusahaan ini pertama kali didirikan dengan nama PT.Federal Motor pada tanggal 11 Juni 1971 dengan kepemilikan saham mayoritas oleh PT. Astra International. Pada awal berdiri-nya perusahaan ini masih mengimpor komponen sepeda motor dari Jepang yang berupa CKD (*completely knock down*). Produk pertama yang dirakit oleh perusahaan ini adalah tipe bisnis, yakni S 90 Z (Sepeda motor bermesin 4 tak dengan kapasitas 90cc). Pada tahun 2000 PT Federal Motor melakukan merger dengan beberapa anak perusahaan. Pada proses merger ini lahirlah perusahaan baru yang kemudian diberi nama PT.Astra Honda Motor dengan kepemilikan saham 50% PT.Astra International Tbk dan saham sisa-nya oleh Honda Motor Co. Japan.

PT.Astra Honda Motor (AHM) merupakan sinergi keunggulan teknologi dan jaringan pemasaran di Indonesia. Keunggulan teknologi Honda Motor diakui diseluruh dunia dan telah dibuktikan dalam berbagai kesempatan, baik di jalan raya maupun di lintasan balap. Honda pun mengembangkan teknologi yang mampu menjawab kebutuhan pelanggan yaitu mesin “Bandel” dan irit bahan bakar, sehingga menjadikannya sebagai pelopor kendaraan roda dua yang ekonomis. Astra Honda Motor memiliki pengetahuan yang komprehensif tentang kebutuhan para pemakai sepeda motor di Indonesia, berkat jaringan pemasaran dan pengalamannya yang luas. Astra Honda Motor juga mampu memfasilitasi pembelian dan memberikan pelayanan purna jual sedemikian rupa sehingga *brand* Honda semakin unggul.

Tabel 1.1
Data Penjualan Sepeda Motor di Indonesia Tahun 2016

Periode	Honda	Yamaha	Suzuki	<i>Kawasaki</i>	<i>TVS</i>	<i>Total</i>
<i>Jan 2016</i>	287,776	112,124	5,587	10,681	95	416,263
<i>Feb 2016</i>	362,668	139,235	11,721	11,081	159	524,864
<i>Mar 2016</i>	440,171	108,416	5,085	9,482	187	563,341
<i>Apr 2016</i>	348,626	120,158	1,833	7,190	229	478,036
<i>May 2016</i>	339,128	112,145	3,109	6,909	215	461,506
<i>Jun 2016</i>	380,019	127,224	3,780	7,708	147	518,878
<i>Jul 2016</i>	203,659	91,015	3,800	6,584	95	305,153
<i>Aug 2016</i>	388,847	123,972	6,445	8,085	187	527,536
<i>Sep 2016</i>	423,256	119,717	4,628	8,036	183	555,820
<i>Oct 2016</i>	446,611	114,493	2,469	7,500	128	571,201
<i>Nov 2016</i>	450,331	107,501	4,857	8,104	130	570,923
<i>Dec 2016</i>	309,796	118,078	3,510	6,262	118	437,764
Total	4,380,888	1,394,078	56,824	97,622	1,873	5,931,285

Sumber: Data AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia) yang telah diolah

Pertumbuhan konsumen sepeda motor di Indonesia meningkat luar biasa. Di tengah-tengah persaingan yang begitu tajam akibat banyaknya merek pendatang baru, sepeda motor Honda yang sudah lama berada di Indonesia, dengan segala keunggulannya, tetap mendominasi pasar dan sekaligus memenuhi kebutuhan angkutan yang tanggung, irit dan ekonomis. Menjawab tantangan tersebut, organisasi yang berada di balik kesuksesan sepeda Motor Honda di Indonesia terus memperkuat diri.

Atas dasar keterangan dan uraian latar belakang masalah tersebut maka peneliti dapat mengajukan sebuah judul penelitian “**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPEDA MOTOR HONDA DI KOTA YOGYAKARTA**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap *keputusan pembelian* produk sepeda motor Honda?
- b. Apakah citra merek berpengaruh terhadap *keputusan pembelian* produk sepeda motor Honda?
- c. Apakah harga berpengaruh terhadap *keputusan pembelian* produk sepeda motor Honda?
- d. Apakah citra merek, kualitas produk dan harga secara bersama- sama berpengaruh terhadap *keputusan pembelian* produk sepeda motor Honda?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di kota Yogyakarta
- b. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di kota Yogyakarta
- c. Untuk menganalisis pengaruh variable harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di kota Yogyakarta

- d. Untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di kota Yogyakarta

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan agar dapat dipergunakan oleh beberapa pihak, antara lain:

- a. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi instansi pendidikan beserta para mahasiswa dan sebagai bahan pembandingan untuk mahasiswa lainnya yang akan melakukan penelitian yang sama.

- b. Bagi Peneliti

Memberikan pengalaman kepada penulis untuk menerapkan dan memperluas wawasan penerapan teori dan pengetahuan yang telah diterima di dalam perkuliahan pada kegiatan nyata. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas pengetahuan dan pengalaman peneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

- c. Bagi Perusahaan

Memberikan sarana masukan serta pengembangan perusahaan PT.Astra Honda Motor dalam meningkatkan citra merek, kualitas produk serta harga yang dapat dijadikan referensi untuk memperluas kegiatan pemasaran dan penjualan perusahaan.

- d. Bagi Pihak-Pihak Lain

Sebagai pengetahuan dan referensi bagi pembaca, penelitian ini untuk menambah bahan acuan guna membantu pihak yang berminat melakukan penelitian yang lebih lanjut.

1.5 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang ada adalah sebagai berikut:

1.5.1 Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah:

- a. Variabel Dependen: Keputusan Pembelian (*Buying Decision*).
- b. Variabel Independen: Kualitas Produk (*Produk Quality*), Citra Merek (*Brand Image*), Harga (*Price*).

1.5.2 Responden Penelitian

Responden yang dilibatkan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang terdiri dari konsumen yang menggunakan produk sepeda motor Honda.

1.5.3 Periode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret hingga Mei tahun 2017.

BAB V

PENUTUP

5.1 Deskripsi

Dalam bab ini diuraikan tentang hal-hal yang terkait dengan kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran peneliti untuk perusahaan dan penelitian kedepan

5.2 Simpulan

Bedasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis mengenai “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPEDA MOTOR HONDA DI KOTA YOGYAKARTA”, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Profil 100 orang dari responden penelitian menunjukkan bahwa jumlah responden laki-laki berjumlah lebih banyak yaitu 60 orang dan responden wanita berjumlah 40 orang dengan mayoritas berusia 20 tahun hingga 30 tahun, yang bekerja sebagai wiraswasta , pendidikan terakhir SMA/ sederajat dan memiliki pengeluaran per bulan rata-rata Rp.1000.000,00- Rp.1.500.000,00.
- b. Persamaan regresi menunjukkan $Y = 0.771 + 0.096X_1 + 0.606X_2 + 0.107X_3$ dan Uji simultan menunjukkan nilai signifikan yaitu 0,000 dengan menggunakan program SPSS sehingga $0,000 \leq 0,005$, Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima berarti Kualitas Produk, Citra Merek dan

Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk sepeda motor Honda di Yogyakarta

- c. Berdasarkan Uji Parsial Variabel yang mempengaruhi Keputusan pembelian konsumen Honda secara signifikan adalah Citra Merek dengan *standardized coefficients beta* sebesar 0,432 pada tingkat signifikansi 0,001. Citra Merek dari Honda tergolong sangat baik karena merupakan salah satu perusahaan ternama di Indonesia bahkan hampir di seluruh dunia sehingga Citra Merek dari Honda tidak asing bagi masyarakat Indonesia terutama masyarakat Yogyakarta.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis tentang “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPEDA MOTOR HONDA DI KOTA YOGYAKARTA” tidak terlepas dari keterbatasan dan kekurangan. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini hanya terbatas pada pelanggan Honda di Yogyakarta sehingga belum menjangkau seluruh wilayah Indonesia.
- b. Penulis melakukan penelitian terhadap Keputusan pembelian hanya terhadap salah satu produk dari Honda yaitu sepeda motor.
- c. Variabel yang diteliti oleh penulis mengenai Keputusan pembelian terhadap produk sepeda motor Honda adalah Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga. Variabel tersebut belum mewakili seluruh elemen yang mempengaruhi Keputusan pembelian sepeda motor Honda.

5.4 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian, saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut:

5.4.1 Bagi Perusahaan

Studi ini disarankan dapat memberikan pemahaman pada penyebab Keputusan pembelian konsumen terhadap Honda agar konsumen memiliki *loyalitas* terhadap perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian analisis regresi linier berganda mengenai analisis Keputusan pembelian terhadap produk sepeda motor Honda maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

- a. Kualitas Produk dari sepeda motor Honda tidak berpengaruh secara signifikan sehingga perusahaan harus tetap berinovasi serta meningkatkan kualitas produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Apabila kualitas dari produk tidak sesuai dengan harapan konsumen dan juga karena semakin ketatnya persaingan dalam dunia bisnis sepeda motor maka dapat dipastikan tingkat keputusan pembelian konsumen Honda akan menurun.
- b. Citra Merek dari sepeda motor Honda berpengaruh secara signifikan sehingga perusahaan harus selalu menjaga citra merek Honda agar tetap memiliki kesan positif dan selalu di hati masyarakat Yogyakarta.
- c. Harga dari produk sepeda motor Honda tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Apabila harga sesuai dengan harapan konsumen dan keuntungan yang didapatkan juga

sesuai dengan harapan konsumen maka akan dipastikan tingkat keputusan pembelian akan meningkat.

5.4.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Adapun saran yang diberikan oleh penulis untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut :

- a. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah cakupan jumlah responden dan cakupan area penelitian yang dilakukan menjadi lebih luas lagi.
- b. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah produk yang diteliti dari suatu perusahaan.
- c. Untuk variabel penelitian yang dilakukan oleh peneliti selanjutnya diharapkan lebih banyak lagi agar dapat mengetahui penyebab Keputusan pembelian terhadap produk sepeda motor Honda karena dalam penelitian ini masih terdapat banyak variabel yang dapat diteliti untuk mengetahui penyebab Keputusan Pembelian produk sepeda motor Honda.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. David. 2008, *Manajemen Ekuitas Merek*, Alih bahasa oleh Aris Ananda, Jakarta: Mitra Utama.
- Adirama, Aldi. 2012. *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Konsumen Sepeda Motor Satria FU di Klaten)*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Assauri, Sofjan. 2008. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Abdul, Kadir. 2001. *Dasar Pemrograman Web Dinamis Menggunakan PHP*, C.V Andi Offset, Yogyakarta
- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Cv.Alfabeta.
- Crosby, P.B, 1986, *Quality is Free, The Art of making Quality Certain*, New York, - McGraw-Hill Book C
- Deming W.Edwards,(1986), *Out Of The Crisis*, Cambridge University Press
- Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Fristiana, Dessy Amelia. *Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rama Swalayan Peterongan Semarang.2012*. Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam, 2011, “*Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 19*”, Cetakan kelima, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Harini. 2008. *Makroekonomi Pengantar*. PT.Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Henry Simamora 2002. *Manajemen Pemasaran Internasional*, Surabaya: Pustaka Utama
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks. Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktek)*. Edisi Pertama .Penerbit Salemba Empat, Depok.

- Muis, Abdul .2012. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga jual terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*.
- Machfodz, Mahmud. 2005. *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Upp Amp Ykpn.
- Notoatmodjo, Soekidjo .2005. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Rohmawati ,Purwati Heri Setiawan .2012. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Salomon, R. Michael dan Stuart, W. Elnora. 2003. *Marketing Real People, Real Choices*, International Edition. Prentice Hall. New Jersey
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Swastha, Basu. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty.
- Swastha, Basu dan T Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE
- Sekaran, Umar. 2006. *Research Methods For Business: Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Penerbit Salemba Empat.
- Setiadi, Nugroho J. 2003, *Perilaku Konsumen*. Kencana. Jakarta
- Sutjipto, Norman Ardiansyah .2014. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek dan Harga terhadap keputusan pembelian Produk Motor Sport Yamaha Byson di Kota Semarang Universitas Diponegoro*, Semarang.
- Soewito, Yudhi .2013. *Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio*. Universitas Diponegoro. Semarang
- Sukadji, Soetarlinah. 2000. *Menyusun dan Mengevaluasi Laporan Penelitian*. Jakarta: UI-Press.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono.2005. *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta: Bandung
- Tjiptono. 2002. *Strategi Pemasaran*. Andi: Yogyakarta
-, www.informasi-pendidikan.com.2002
-, www.pengertian-menurut.blogspot.co.id.2015

....., <http://www.gurupendidikan.com/5-pengertian-kualitas-menurut-para-ahli/2015>

....., www.perpusunpas.wordpress.com.2010

....., <http://www.pendidikanekonomi.com/2012>

....., <http://pengertian-menurut.blogspot.co.id/2015>

©UKDW