

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KAWASAKI KLX 150 DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Jonathan Hendrik Silitonga

11120010

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2017

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KAWASAKI KLX 150 DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Jonathan Hendrik Silitonga

11120010

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2017

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KAWASAKI KLX 150 DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi

Disusun Oleh:

Jonathan Hendrik Silitonga

NIM : 11120010

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAWASAKI KLX 150 DI
YOGYAKARTA

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

Jonathan Hendrik Silitonga

11120010

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 24 JAN 2018.....

Nama Dosen

1. Dr. Singgih Santoso, MM

(Dosen Pembimbing)

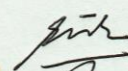
2. Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., MM

(Ketua Tim)

3. Drs. Purnawan Hardiyanto, MEcDev

(Dosen Penguji)

Tanda Tangan



Yogyakarta, 30 JAN 2018.....

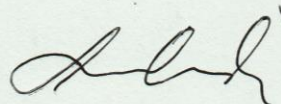
Disahkan oleh:

Dekan,



Dr. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen,



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAWASAKI KLX 150 DI 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 Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

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

Yogyakarta, 15 Januari 2018



Jonathan Hendrik Silitonga
11120010

HALAMAN MOTTO

- ☞ *Kesuksesan hanya dapat diraih dengan segala upaya dan usaha yang disertai dengan doa, karena sesungguhnya nasib seorang manusia tidak akan berubah dengan sendirinya tanpa usaha*
- ☞ *Ingatlah bahwa kesuksesan selalu disertai dengan kegagalan*
- ☞ *Jadilah diri sendiri dan jangan menjadi orang lain, walaupun dia terlihat lebih baik dari kita*
- ☞ *Jangan menunda – nunda untuk melakukan suatu pekerjaan karena tidak ada yang tahu apakah kita dapat bertemu hari esok atau tidak*
- ☞ *Lakukan yang terbaik, bersikaplah yang baik maka kau akan menjadi orang yang terbaik*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya persembahkan skripsi ini untuk:

Tuhan Yesus Kristus

Papa dan Mama Tercinta

Lidya Olga Monalisa Silitonga

Pak Singgih Santoso

Para Sahabat (FEDELTA)

(Reky, Remil, Elias, Santos, Dios, Monang, Tono, Hardy
Frisko, Coi, Rendy, Alm. Manu, Iko, Erik, Felix, Rolan,
Danielo, Mio, Acel, Sean, Andre, Charles, Kris, Ragil, Boy,
Fiktor, Gibe, Juno, Leo dan Ruben)

Almamaterku UKDW

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan judul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAWASAKI KLX 150 DI YOGYAKARTA” ini dengan baik.

Adapun penyusunan laporan tugas akhir ini bertujuan untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat yang telah ditetapkan oleh Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta untuk meraih gelar S1 di bidang Manajemen.

Selanjutnya dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan baik. Ucapan terima kasih ini ditujukan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan kasihNya yang tidak berkesudahan.
2. Bapak Dr. Singgih Santoso selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing penulis, sehingga atas bimbingan beliau penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan baik.
3. Papa dan Mama yang selalu memberikan pembelajaran dan dukungan kepada saya.
4. Adikku Lidya yang selalu memberi semangat dan dukungan.
5. Keluarga besar FEDCOM (Fedelta Community)
6. Seluruh teman – teman yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan laporan ini.
7. Dinas Pemerintahan terkait yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian di Kota Yogyakarta.
8. Semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan laporan ini baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa penulisan laporan tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran demi perbaikan laporan tugas akhir ini.

Demikian laporan tugas akhir ini penulis buat, penulis mohon maaf atas semua kesalahan dan semoga karya penulis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Yogyakarta, 2017
Penulis,

Jonathan Hendrik S

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGANTAR	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAKSI	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Batasan Penelitian	6
BAB II. LANDASAN TEORI	7
2.1. Produk	7
2.2. Kualitas Produk	8
2.2.1. Pengertian Kualitas Produk	8
2.2.2. Ukuran Kualitas Produk	9
2.2.3. Tahapan Mengelola Kualitas Produk	9
2.3. Merek (<i>Brand</i>).....	10
2.3.1. Pengertian Merek	10
2.3.2. Manfaat Merek	11

2.3.3. Tingkatan Merek	13
2.4. Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	14
2.4.1. Pengertian Citra Merek	14
2.4.2. Manfaat Citra Merek	15
2.5. Harga	15
2.5.1. Pengertian Harga	15
2.5.2. Faktor Yang Mempengaruhi Harga	16
2.6. Keputusan Pembelian	18
2.6.1. Pengertian Keputusan Pembelian	18
2.6.2. Tahapan-Tahapan Proses Pengambilan Keputusan	19
2.7. Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	20
2.8. Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian	21
2.9. Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian	22
2.10. Penelitian Terdahulu	23
2.11. Kerangka Penelitian.....	24
2.12. Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III. METODE PENELITIAN	26
3.1. Metode Penelitian	26
3.2. Populasi Dan Sampel	26
3.2.1. Populasi	26
3.2.2. Sampel	27
3.2.3. Teknik Pengambilan Sampel	27
3.3. Metode Pengumpulan Data	28
3.4. Teknik Pengumpulan Data	28
3.5. Operasionalisasi Variabel	29
3.5.1. Identifikasi Variabel	29
3.5.2. Definisi Operasional Variabel	30
3.6. Pengukuran Variabel	30
3.7. Uji Validitas Dan Reliabilitas	32
3.7.1. Uji Validitas	32

3.7.2. Uji Reliabilitas	33
3.8. Teknik Analisis Data	34
3.8.1. Analisis Data Diskriptif	34
3.8.2. Analisis Data Kuantitatif	34
3.8.3. Analisis Regresi Berganda	34
3.8.4. Uji F	35
3.8.5. Uji t	36
3.8.6. Koefisien Determinasi	37
BAB IV. HASIL PENELITIAN	38
4.1. Sejarah Kawasaki	38
4.2. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	44
4.2.1. Uji Validitas	44
4.2.2. Uji Reliabilitas	45
4.3. Analisis Deskriptif	46
4.3.1. Analisis Profil Responden	46
4.3.2. Variabel Penelitian	50
4.3.3. Analisis Regresi Liner Berganda	53
4.3.4. Koefisien Determinasi	55
4.3.5. Uji F	56
4.3.6. Uji T	58
4.4. Pembahasan Hasil	62
BAB V. PENUTUP	66
5.1. Kesimpulan	66
5.3. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	23
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.3. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.4. Jumlah Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.5. Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4.6. Jumlah Responden Berdasarkan Pengeluaran	49
Tabel V.7. Variabel Kualitas	50
Tabel V.8. Variabel Citra Merek	51
Tabel V.9. Variabel Harga	52
Tabel V.10. Keputusan Pembelian	53
Tabel 4.7. Hasil Regresi Linear Berganda	54
Tabel 4.8. Analisis Regresi Untuk Koefisien Determinasi	56
Tabel 4.9. Hasil Uji F	57
Tabel 4.10. Rangkuman Nilai-Nilai T	58
Tabel 4.11. Tabel Hasil Penelitian	64

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Penelitian	24
Gambar 4.1. Kawasaki KLX 150 L	40
Gambar 4.2. Data Teknis KLX 150 S Dan KLX 150 L	41
Gambar 4.3. Knalpot KLX 150 S Dan KLX 150 L	42
Gambar 4.4. Jok KLX 150 L	43

©UKYDWN

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2 Kuesioner
- Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4 Analisis Regresi Linear Berganda

©UKDW

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAWASAKI KLX 150 DI YOGYAKARTA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kawasaki Klx 150 Di Yogyakarta. Metode penelitian ini adalah Metode penelitian survey. Populasinya adalah seluruh masyarakat yang pernah membeli dan menggunakan sepeda motor kawasaki KLX 150 di kota yogyakarta. Jumlah sampel sebanyak 75 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Accidental sampling*.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data digunakan adalah tehnik analisis data deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa: (1) Kualitas tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian Kawasaki KLX 150 di kota Yogyakarta (2) Citra merek berpengaruh terhadap Keputusan pembelian Kawasaki KLX 150 di kota Yogyakarta (3) Persepsi Harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian Kawasaki KLX 150 di kota Yogyakarta

Kata kunci: Kualitas Produk, Citra Merek , Harga Terhadap Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE AND PRICE PERCEPTION TO PURCHASING DECISION OF KAWASAKI KLX 150 IN YOGYAKARTA

This study aims to determine the influence of product quality, brand image and price perception to purchase decision kawasaki KLX 150 in yogyakarta. The method of research is survey research method. The population is the people who have bought and used motorcycles kawasaki KLX 150 in yogyakarta. The number of samples is 75 respondents. Sampling technique used is accidental sampling technique.

The data collection technique using questionnaires technique. Data analysis technique using descriptive data analysis techniques and multiple linear regression analysis. The result of the analysis show that: (1) The quality have not an influence to the purchasing decision of kawasaki KLX 150 in yogyakarta (2) The brand image have an influences to purchasing decision of kawasaki KLX 150 in yogyakarta (3) Price perception have an influence to the purchasing decision of kawasaki KLX 150 in yogyakarta.

Keywords: Product quality, brand image, price perception to purchasing decision.

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAWASAKI KLX 150 DI YOGYAKARTA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kawasaki Klx 150 Di Yogyakarta. Metode penelitian ini adalah Metode penelitian survey. Populasinya adalah seluruh masyarakat yang pernah membeli dan menggunakan sepeda motor kawasaki KLX 150 di kota yogyakarta. Jumlah sampel sebanyak 75 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Accidental sampling*.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data digunakan adalah tehnik analisis data deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa: (1) Kualitas tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian Kawasaki KLX 150 di kota Yogyakarta (2) Citra merek berpengaruh terhadap Keputusan pembelian Kawasaki KLX 150 di kota Yogyakarta (3) Persepsi Harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian Kawasaki KLX 150 di kota Yogyakarta

Kata kunci: Kualitas Produk, Citra Merek , Harga Terhadap Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE AND PRICE PERCEPTION TO PURCHASING DECISION OF KAWASAKI KLX 150 IN YOGYAKARTA

This study aims to determine the influence of product quality, brand image and price perception to purchase decision kawasaki KLX 150 in yogyakarta. The method of research is survey research method. The population is the people who have bought and used motorcycles kawasaki KLX 150 in yogyakarta. The number of samples is 75 respondents. Sampling technique used is accidental sampling technique.

The data collection technique using questionnaires technique. Data analysis technique using descriptive data analysis techniques and multiple linear regression analysis. The result of the analysis show that: (1) The quality have not an influence to the purchasing decision of kawasaki KLX 150 in yogyakarta (2) The brand image have an influences to purchasing decision of kawasaki KLX 150 in yogyakarta (3) Price perception have an influence to the purchasing decision of kawasaki KLX 150 in yogyakarta.

Keywords: Product quality, brand image, price perception to purchasing decision.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seperti yang kita ketahui, di dunia sekarang ini khususnya di Indonesia telah menjadi salah satu pangsa pasar terbesar dalam industri otomotif. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya produk kendaraan bermotor yang ada dipasaran saat ini. Banyak perusahaan otomotif yang bersaing menunjukkan bahwa industri tersebut mempunyai tingkat persaingan yang ketat. Semakin ketatnya persaingan tersebut membuat perusahaan-perusahaan menciptakan berbagai inovasi pada produk barunya, baik dalam inovasi model, kualitas maupun inovasi dalam hal promosi produk dengan tujuan menancapkan merek di hati konsumen.

Saat ini, perkembangan jumlah penduduk yang cukup pesat serta beragamnya aktifitas kerja setiap orang memungkinkan segala aktivitas tersebut harus dilakukan secara cepat, dibutuhkan sarana pendukung, seperti sarana transportasi. Kebutuhan akan alat transportasi sepeda motor saat ini telah menjadi kebutuhan primer dibandingkan transportasi umum. Dikarenakan sekarang ini tingginya kemacetan menyebabkan masyarakat lebih memilih sarana transportasi sepeda motor di bandingkan sarana transportasi umum agar mempercepat jarak tempuh. Permintaan masyarakat terhadap sepeda motor terus mengalami peningkatan, hal ini memberikan peluang bagi para produsen sepeda motor untuk melakukan

inovasi dari produk yang dihasilkan dimana setiap produsen selalu memproduksi sepeda motor dengan desain-desain yang terbaru sesuai dengan keinginan konsumen.

Dalam dunia bisnis perusahaan selalu dituntut untuk bersaing dan dapat terus bertahan guna mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan. Perusahaan harus memiliki suatu keunggulan agar dapat bersaing dengan produsen merek lain, agar selalu tumbuh dan berkembang. Salah satu hal yang sangat penting guna mewujudkan hal tersebut yaitu melalui merek. Merek bagi satu perusahaan merupakan salah satu aset terbesar yang dimiliki oleh perusahaan yang harus dipertahankan.

Citra merek merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek yang terbentuk pada benak konsumen berdasarkan dari informasi serta pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Produk yang memiliki citra merek yang baik cenderung akan lebih mudah diterima oleh konsumen. Menurut Kotler (2008), citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen. Sedangkan menurut Lyonita dan Budiastuti (2012) mengatakan bahwa sangat menguntungkan bila memiliki suatu produk yang memiliki citra merek yang baik dan oleh sebab itu perusahaan harus terus menjaga dan mempertahankan citra merek secara terus menerus.

Selain merek agar tetap dapat bertahan didalam persaingan bisnis maka perusahaan juga harus memperhatikan dan menjaga kualitas produk. Menjaga kualitas produk merupakan salah satu kebijakan penting bagi perusahaan untuk dapat meningkatkan daya saing produk yang dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen. Menurut (Kotler, 2008: 84), kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk jasa dalam memperagakan fungsinya, yang termasuk dalam keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk dan atribut produk lainnya. Sedangkan menurut Deming (1982), kualitas produk adalah kesesuaian produk dengan kebutuhan pasar atau konsumen. Oleh karena itu perusahaan harus memahami apa yang dibutuhkan oleh konsumen pada kualitas produk mereka.

Harga juga sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, oleh sebab itu harga juga membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya beli pada berbagai jenis barang dan jasa. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Wiratama (2012) harga juga merupakan elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel, tidak seperti fitur produk dan komitmen, penyalur harga dapat berubah dengan cepat.

Perusahaan Kawasaki Motor Indonesia (KMI) adalah salah satu produsen sepeda motor yang ada di indonesia. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 18 februari 1994, perusahaan ini hanya bergerak dibidang kendaraan beroda dua dengan merek kawasaki. Perusahaan Kawasaki

Motor Indonesia memiliki produk motor sport, kawasaki sendiri sudah dikenal dimata masyarakat. Salah satu varian yang dikenal masyarakat saat ini adalah kawasaki KLX 150, tampilan motor yang ramping dan memiliki performa yang sangat tangguh membuat motor dapat diterima oleh konsumen diindonesia.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi diatas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAWASAKI KLX 150 DI YOGYAKARTA”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

- a. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian?
- b. Apakah terdapat pengaruh antara citra merek terhadap keputusan pembelian?
- c. Apakah terdapat pengaruh antara Persepsi harga terhadap keputusan pembelian?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis:

- a. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen.
- b. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen.
- c. Untuk menganalisis pengaruh Persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini nantinya dapat bermanfaat bagi:

- a. Perusahaan

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan kepada perusahaan untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan membantu manajemen perusahaan untuk mengembangkan dan memasarkan produk mereka.

- b. Diri Sendiri

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman kepada penulis untuk mengimplementasikan

ilmu pengetahuan yang telah diterima selama kuliah khususnya mengenai kualitas produk, citra merek dan persepsi harga.

c. Bagi Pihak Lain

Menambah pengetahuan dan wawasan mengenai manajemen pemasaran khususnya mengenai kualitas produk, citra merek dan persepsi harga.

1.5 Batasan Penelitian

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu umum dan spesifik, maka penelitian dibatasi sebagai berikut:

- a. Lokasi penelitian dilakukan di kota yogyakarta.
- b. Responden penelitian adalah masyarakat yang pernah membeli dan menggunakan sepeda motor kawasaki KLX 150 di kota yogyakarta.
- c. Konsumen yang dijadikan responden berumur 17- 40 tahun dan berprofesi sebagai pelajar dan pekerja. Jumlah konsumen yang dijadikan responden sebanyak 75 responden.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pada Bab IV maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian Kawasaki KLX 150 di kota Yogyakarta
2. Citra merek berpengaruh terhadap Keputusan pembelian Kawasaki KLX 150 di kota Yogyakarta
3. Harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian Kawasaki KLX 150 di kota Yogyakarta

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan bahwa kualitas, citra merek dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian Kawasaki KLX 150 di Kota Yogyakarta maka ada beberapa saran yang dapat penulis berikan pada perusahaan. Mengingat bahwa dalam penelitian terdapat 3 variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian Kawasaki KLX 150 di Kota Yogyakarta tersebut:

4. Kualitas

Mengingat bahwa item pernyataan rata-rata terendah pada item ke 5 (Kawasaki KLX 150 daya tahan mesin yang tangguh) dengan nilai sebesar

4.1333. Maka apabila perusahaan ingin meningkatkan keputusan pembelian melalui kualitas maka perusahaan perlu membenahi maupun memperbaiki daya tahan mesin seperti halnya meningkatkan kapasitas mesin maupun torsi yang dimiliki Kawasaki KLX 150.

5. Citra Merek

Mengingat bahwa item pernyataan rata-rata terendah pada item ke 1 (Merek Kawasaki KLX 150 sudah dikenal banyak orang) dengan nilai sebesar 3.8933. Maka apabila perusahaan ingin meningkatkan keputusan pembelian melalui citra merek maka perusahaan perlu melakukan promosi mislakan di televise yang hanya diisi oleh produk-produk pesaing Kawasaki lainnya mislakan Honda, Suzuki dan Yamaha yang setiap hari pasti melakukan promosi berupa iklan di televisi.

6. Harga

Mengingat bahwa item pernyataan rata-rata terendah pada item ke 2 (Kawasaki KLX 150 memiliki harga yang bersaing dengan merek motor sejenis lainnya (Yamaha R150, Honda CBR 150, Suzuki GSX – R150)) dengan nilai sebesar 3.4933. Maka apabila perusahaan ingin meningkatkan keputusan pembelian melalui harga maka perusahaan perlu melakukan penetapan harga kembali terhadap produk KLX 150 yang dimana disesuaikan dengan kondisi ekonomi masyarakat setempat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. Metodologi Penelitian. Penerbit PT. Rineka Cipta. Jakarta*
- Buchari Alma. 2002. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : ALFABETA.*
- Danang Sunyoto, 2009 “ Analisis Regresi dan Uji Hipotesis”, MedPress, Yogyakarta.*
- Deming, W. Edwards. 1982. Guide to Quality Control. Cambirdge: Massachussetts Institute Of Technology*
- Djaslim Saladin, 2001, “Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian”. Penerbit :Lindakarya, Bandung.*
- Griffin, Jill. 2002. Manajemen. Jakarta. Erlangga*
- Huda, Nurul. (2012). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha Di Makassar*
- Kharis, Ismu Fadli.2011.Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online.Skripsi Universitas Diponegoro.Semarang*
- Kotler, P., dan Keller, K.L., 2003, Manajemen Pemasaran Edisi 12, Cetakan III, Alih Bahasa oleh Benyamin Molan.*
- Kotler, Philip, 2000, Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, Jakarta,. Prehallindo*
- Kotler, Philip, 2000, **Manajemen Pemasaran**, Edisi Milenium, Jakarta, Prehallindo.*
- Kotler, Philip, Alih Bahasa Benyamin Molan, 2005, Manajemen Pemasaran, Edisi Kesebelas,Jilid 1, Jakarta: PT Indeks Kelompok*
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran, Analisa perencanaan, Implementasi dan control, Edisi Kesembilan, Jilid 1 dan jilid 2, Jakarta, Prehalindo, alih bahasa oleh Hendra Teguh S.E.,A.K., dan Ronny A. Rusli, S.E.*
- Kotler, Philip. 2008. Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Indeks.*
- Laksana, Fajar, 2008, Manajemen Pemasaran, Graha Ilmu, Yogyakarta*
- Lamb Jr, Hair Jr, Mc Daniel. 2001. Pemasaran. Edisi Pertama, Diterjemahkan oleh David Octaveria. Jakarta : Salemba Empat.*

- Lyonita, Telly., Dyah Budiastuti. 2012. Analisis Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Loyalitas Konsumen Pada PT. Telkom Jakarta Selatan (Produk Speedy). *Disertasi Doktor Bina Nusantara*, Jakarta
- Ridwan. 2002. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sigit, Soehardi. 2003. *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta : Terbitan Universitas.
- Simamora, Henry, 2002”Akuntansi Manajemen”, edisi 2, UPP AMP YKPN, Jakarta.
- Stanton, William J. 2004. *Prinsip Pemasaran*. Edisi Ketujuh Jilid Kesatu. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono, 2007, *Metodologi Penelitian Bisnis*, PT. Gramedia, Jakarta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V dan Poly Endrayanto. 2012. *Statistika untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sulistian, Ogi. 2011. *Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Rokok Gudang Garam Filter*. Kuningan: Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan
- Sutisna dan Pawitra. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Sutisna, (2003), *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Swastha, Basu dan Irawan, 2005, *Asas-asas Marketing*, Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta
- Vranesevic, Tihomir. 2003. “*The effect of the brand on perceived quality of food products*”, *British Food Journal*, Vol.105, No.11, p.811-825
- Wicaksono, Muhammad. 2007. *Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Bumi Aksara. Jakarta
- Wiratama, Yoga Aditya. 2012. *Analisis Pengaruh Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Nike Di Kota Semarang*. Semarang. Universitas Diponegoro Semarang