

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR HONDA VARIO DI DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana
Manajemen**



Disusun Oleh :

ANWAR P AMBARITA

11170356

DUTA WACANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA
2024**

HALAMAN PENGAJUAN

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk memenuhi Sebagian Syarat – syarat

Guna memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh

Anwar P Ambarita

11170356

DUTA WACANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA
2024**

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anwar P Ambarita
NIM : 11170356
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Penelitian Sepeda Motor Honda Vario Di Daerah Istimewa Yogyakarta”

Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 2 September 2024

Yang menyatakan

(Anwar P Ambarita)
11170356

UTA WACANA

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
HONDA VARIO DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

ANWAR PAMBARITA

11170356

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Manajemen pada tanggal 15 Agustus 2024

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D :
(Ketua Tim Penguji)
2. Lucia Nurbani Kartika, S.Pd,Dipl.Secr, :
MM
(Dosen Penguji)
3. Drs. Purnawan Hardiyanto,M.Ec.Dev :
(Dosen Penguji/Dosen Pembimbing)



Yogyakarta, Agustus 2024

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi



Dr. Perminas Pangeran, M.Si



Dr. Elok Pakaryaningsih, M.Si

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Penelitian Kasus Pembelian Sepeda Motor Honda Vario Di Daerah Istimewa Yogyakarta)”

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana dalam Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta adalah bukan hasil tiruan atau duplikat dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi instansi mana pun, 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 yang lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 30 Juli 2024



Anwar P Ambarita

11170356

DLTA WACANA

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat rahmat dan kasih karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR VARIO DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA** sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana Strata 1 di Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Dalam proses penyusunan skripsi penulis menghadapi berbagai tantangan. Namun, atas bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini dengan baik. Maka dari itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kepada Keluarga dan penulis yang memberikan dukungan baik moral ataupun materi dan sudah berjuang dalam menempuh pendidikan dan penyusunan laporan skripsi.
2. Kepada Bapak Dr. Perminas Pangeran, Msi selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana yang telah memberikan dukungan dalam proses pengerjaan skripsi.
3. Kepada Ibu Elok Pakaryaningsih, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana yang telah memberikan dukungan dalam proses pengerjaan skripsi.
4. Kepada Bapak Drs. Purnawan Hardiyanto, M.Ec.Dev selaku dosen pembimbing pertama yang telah membimbing dalam proses penyusunan laporan skripsi.
5. Kepada Seluruh Dosen Pengajar dan Staff Administrasi Fakultas Bisnis yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama perkuliahan hingga proses penulisan skripsi.
6. Kepada Seluruh Konsumen Motor Vario 125 cc di Daerah Istimewa Yogyakarta yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dalam skripsi ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih atas berbagai dukungan dan penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi banyak orang.

Yogyakarta, 15 Mei 2024

Anwar P Ambarita



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGAJUAN	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
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Batasan Penelitian	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Kualitas Produk.....	6
2.1.2 Indikator Kualitas Produk	7
2.1.3 Persepsi Harga.....	7
2.1.4 Indikator Persepsi harga.....	8
2.1.5 Citra merek.....	8
2.1.6 Indikator Citra Merek.....	9
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	9
2.1.8 Indikator Keputusan Pembelian	10
2.2 Penelitian Terdahulu	11
2.3 Model Kerangka Penelitian.....	12

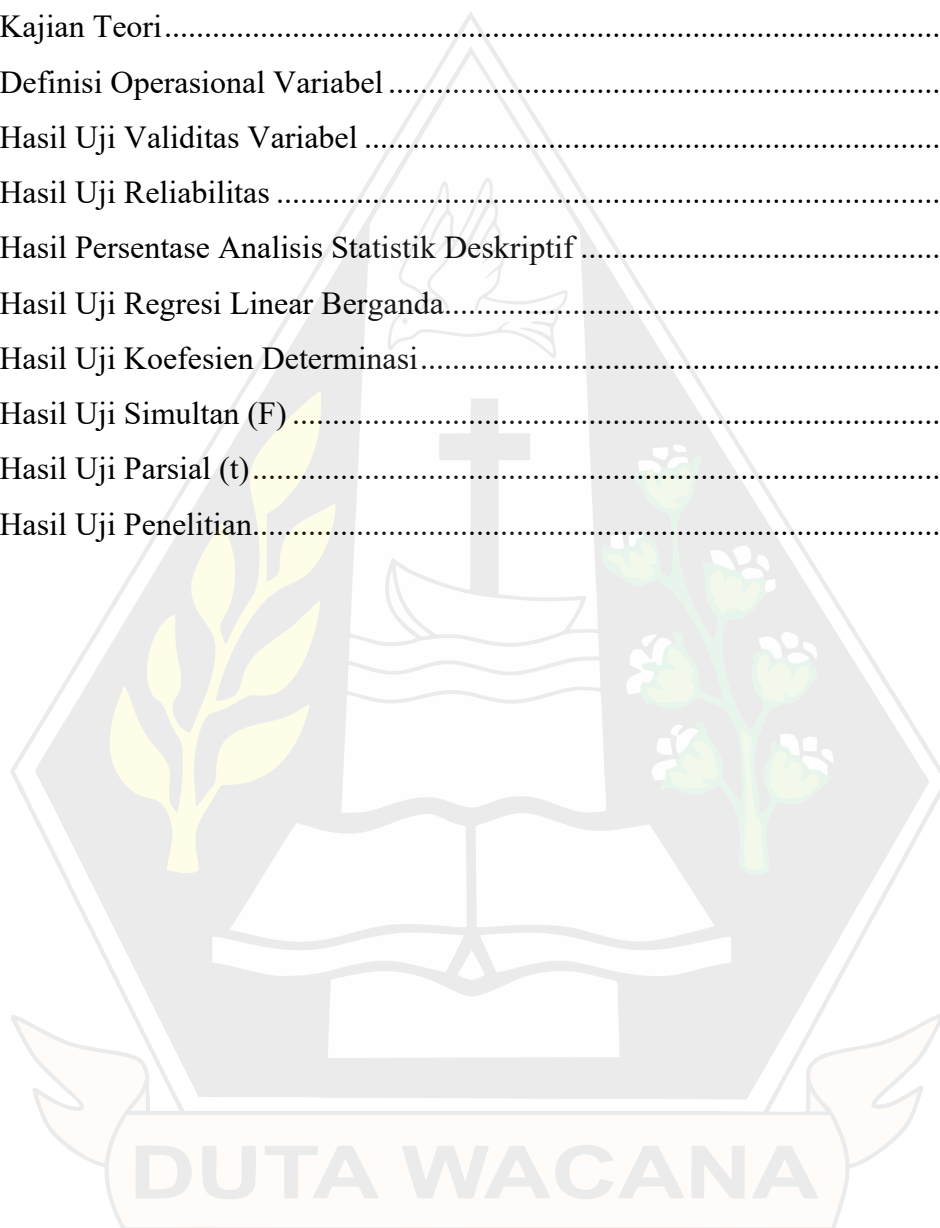
2.4	Hipotesis	13
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		15
3.1	Teknik Pengumpulan Data	15
3.2	Populasi dan Sampel.....	15
3.2.1	Populasi	15
3.2.2	Sampel	15
3.3	Definisi Operasional Variabel	16
3.3.1	Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	18
3.3.2	Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	18
3.3.3	Teknik Pengukuran Variabel	19
3.4	Teknik Analisis Data	19
3.4.1	Uji Validitas	19
3.4.2	Uji Reliabilitas.....	20
3.4.3	Uji Regresi Linear Berganda.....	20
3.4.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	21
3.4.5	Uji Hipotesis Simultan atau Serentak (Uji F).....	21
3.4.6	Uji Hipotesis Parsial (Uji t).....	22
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		24
4.1	Deskripsi Hasil Uji Instrumen Penelitian	24
4.1.1	Hasil Uji Validitas	24
4.1.2	Hasil Uji Reliabilitas	26
4.2	Analisis Deskriptif.....	26
4.3	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	27
4.4	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	29
4.5	Hasil Uji Signifikasi Simultan (F).....	29
4.6	Hasil Uji Signifikasi Parsial (t)	30
4.7	Pembahasan Hasil.....	33
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		35
5.1	Kesimpulan.....	35
5.2	Saran.....	36
5.2.1	Saran Berdasarkan Hasil Penelitian Bagi Perusahaan	36

5.2.2	Saran Untuk Peneliti Yang Akan Datang	37
DAFTAR PUSTAKA		38
LAMPIRAN		40



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penjualan Sepeda Motor Periode September 2023	2
Tabel 1. 2 Data Penjualan Astra Motor Yogyakarta Wilayah Jogjakarta, Kedu, Dan Banyumas Tahun 2022	3
Tabel 2. 1 Kajian Teori.....	11
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	17
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel	25
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas	26
Tabel 4. 3 Hasil Persentase Analisis Statistik Deskriptif	26
Tabel 4. 4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	28
Tabel 4. 5 Hasil Uji Koefesien Determinasi.....	29
Tabel 4. 6 Hasil Uji Simultan (F)	30
Tabel 4. 7 Hasil Uji Parsial (t).....	31
Tabel 4. 8 Hasil Uji Penelitian.....	33



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Kerangka Penelitian	13
---	----



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR VARIO DI DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Anwar P Ambarita

11170356

**Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta**

anwaramb2711@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk menguji pengaruh Kualitas Produk, Persepsi harga, dan Band Image terhadap Keputusan Pembelian dengan penelitian kasus Pembelian Sepeda Motor Honda Vario Di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer menggunakan penyebaran data kuesioner melalui Google Form. Sampel penelitian menggunakan metode Purposive Sampling dengan jumlah 100 responden. Responden merupakan pengguna sepeda motor Honda Vario berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta. Data di uji menggunakan SPSS Versi 25 menggunakan teknik analisis data berupa uji regresi linear berganda dan uji hipotesis dengan uji determinan (R^2), uji T, dan uji F. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk, Persepsi harga, Dan Citra merek secara simultan dan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda Vario di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Persepsi harga, Citra Merek, Honda Vario dan Keputusan Pembelian.

***INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRESEPTION PRICE AND
BRAND
IMAGE ON PURCHASE DECISIONS OF HONDA VARIO MOTORCYCLE
PURCHASES IN THE SPECIAL REGION OF YOGYAKARTA***

**Anwar P Ambarita
11170356**

***Management Study Program Faculty Of
Business Duta Wacana Christian University***

anwaramb2711@gmail.com

ABSTRACT

The study aims to examine the effect of Product Quality, Preseption Price, and Band Image on Purchasing Decisions with a case study of Honda Vario Motorcycle Purchases in the Special Region of Yogyakarta. This study uses quantitative methods with primary data using questionnaire data distribution via Google Form. The research sample used purposive sampling method with a total of 100 respondents. Respondents are Honda Vario motorcycle users domiciled in the Special Region of Yogyakarta. The data was tested using SPSS Version 25 using data analysis techniques in the form of multiple linear regression tests and hypothesis testing with the determinant test (R²), T test, and F test. The results of the study can be concluded that Product Quality, Presepsion Price, and Brand Image simultaneously and partially have a significant effect on Purchasing Decisions for Honda Vario motorbikes in the Special Region of Yogyakarta.

Keywords: Product Quality, Preseption Price, Brand Image, Vario Honda and Purchasing Decisions.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor otomotif di Indonesia sedang mengalami perkembangan yang relevan terhadap sarana transportasi yang memadai dan peningkatan permintaan terus berkembang. Hal ini ditunjukkan dari kepadatan lalu lintas akan kendaraan bermotor yang semakin mendominasi. Selain itu, telah muncul perusahaan baru yang berusaha keras untuk mengambil alih dan mempertahankan pangsa pasar dalam industri otomotif yang semakin kompetitif. Perusahaan dihadapkan dengan permintaan pasar sepeda motor yang semakin meningkat hingga berlomba dan menciptakan barang sesuai standar kebutuhan calon pembeli.

Persaingan antar perusahaan sepeda motor menyebabkan pertumbuhan industri sepeda motor semakin berkembang. Pihak produsen berupaya menciptakan barang-barang berkualitas dan inovatif untuk menarik perhatian pelanggan. Dalam persaingan pasar yang sengit, suatu perusahaan harus memahami hal yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan terhadap barang yang dipasarkan.

Pada era persaingan yang sangat ketat, perusahaan diminta untuk menciptakan inovasi terbaru terhadap barang dan yang berbeda dari para pesaing yang lain. Para pengguna sepeda motor cenderung membeli barang murah, meskipun kualitas barang kurang memuaskan. Di sisi lain, ada kalanya pelanggan menyukai barang yang lebih mahal karena beberapa faktor termasuk loyalitas merek, kualitas, dan manfaat maksimal.

Perusahaan harus mengembangkan strategi penetapan harga yang sesuai dengan barang yang dihasilkan. Harga yang sepadan dengan kualitas barang, dapat memuaskan pelanggan.

Selain itu, perusahaan diharapkan dapat menciptakan citra merek yang unggul di kalangan masyarakat. Pada akhirnya, pelanggan masih sangat mempertimbangkan citra merek saat mengambil keputusan.

Sektor bisnis yang sangat memperhatikan aspek kualitas barang, harga bersaing, identitas perusahaan dan pengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu industri sepeda motor. Sepeda motor dianggap sebagai barang yang sangat dibutuhkan semua kalangan Masyarakat. Minat masyarakat yang tinggi terhadap sepeda motor telah membuka potensi pasar yang luas bagi pelaku bisnis dalam industri ini. Hal ini mendorong

persaingan perusahaan di industri otomotif semakin intensif dan berupaya secara aktif untuk melakukan inovasi dalam berbagai aspek, termasuk kualitas barang, strategi penjualan, pemasaran, dan distribusi.

Dari tabel 1.1 merupakan merek motor terkemuka di Indonesia yang sedang bersaing dalam dunia perindustrian sepeda motor. Tabel 1.1 merupakan total data penjualan periode September 2023 berdasarkan AISI.

Tabel 1. 1 Penjualan Sepeda Motor Periode September 2023

Penjualan Merk Sepeda Motor	Terjual (unit)	Persentase (%)
Honda	155.439	62.6
Yamaha	86.937	35.02
Kawasaki	3.733	1.5
Suzuki	1.710	0.68
TVS	416	0.16
Total	248.235	100

Sumber: <https://www.w.Gridoto.com/>

Berdasarkan data hasil penjualan yang paling diminati adalah produk Honda yaitu sebesar 62.6% dengan total unit terjual yaitu 155.439 unit. Barang Yamaha sebesar 35.02% dengan total unit terjual yaitu 86.937 unit. Selanjutnya sepeda motor merek Kawasaki ada di urutan ketiga sebesar 1,5% dengan penjualan sebanyak 3.733 unit, sedangkan barang Suzuki berada di peringkat 4 sebesar 0.68% dengan total unit terjual yaitu 1.710 unit dan barang TVS sebesar 0,16% dengan total unit terjual yaitu 416 unit.

Keunggulan barang Honda didukung oleh teknologi yang terus berkembang, menjadikan barang Honda sangat diminati dan selalu bersaing kuat dengan merek kendaraan sepeda motor lain. Keberagaman pilihan barang Honda disalurkan oleh PT Astra Honda Motor yang memiliki kemampuan untuk menargetkan hampir semua segmen pasar berdasarkan berbagai macam usia, dan jenis kelamin para pelanggan. Berdasarkan data penjualan, sepeda motor Honda lebih unggul di wilayah Yogyakarta, Kedu, dan Banyumas.

Tabel 1. 2 Data Penjualan Astra Motor Yogyakarta Wilayah Jogjakarta, Kedu, Dan Banyumas Tahun 2022

No	Penjualan Motor Honda	Terjual (Unit)
1	Honda Beat Series	74.000
2	Honda Vario 125	58.000
3	Honda Scoopy	37.000
4	Honda Vario 160	16.000
5	Honda PCX 160	12.000

Sumber : <https://www.otoinfo.id/>

Angka penjualan motor Honda yang tinggi menandakan kesuksesan Honda dalam menerapkan strategi yang efektif untuk menggerakkan minat beli pelanggan dalam melakukan pembelian. Berdasarkan tabel 1.2, barang Honda yang paling diminati adalah Honda vario dengan total penjualan mencapai 58.000 unit, sementara Honda Beat berhasil mencapai total penjualan sebanyak 74.000 unit.

Fakta bahwa pengguna motor Vario lebih mementingkan performa motor yang lebih baik, seperti *rating* yang ditemukan dari <https://www.oto.com/> bahwa pengguna motor Honda Vario memberikan *rating* 4,8/5 untuk menilai performa, desain, dan fitur yang ada pada motor Honda Vario. Ada 2 jenis mesin motor Honda Vario yaitu 125 cc, dan 160 cc. Disimpulkan bahwa selain kualitas barang, harga sangat berpengaruh terhadap minat beli pelanggan. Peneliti tertarik dan ingin meneliti judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Penelitian Kasus Pembelian Sepeda Motor Honda Vario Di Daerah Istimewa Yogyakarta)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang di temukan adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian motor Honda Vario 125 cc di Daerah Istimewa Yogyakarta?
2. Bagaimana persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor Honda Vario 125 cc di Daerah Istimewa Yogyakarta?
3. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian motor Honda Vario 125 cc di Daerah Istimewa Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Honda Vario 125 cc di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian Honda Vario 125 cc di Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Honda Vario 125 cc di Daerah Istimewa Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

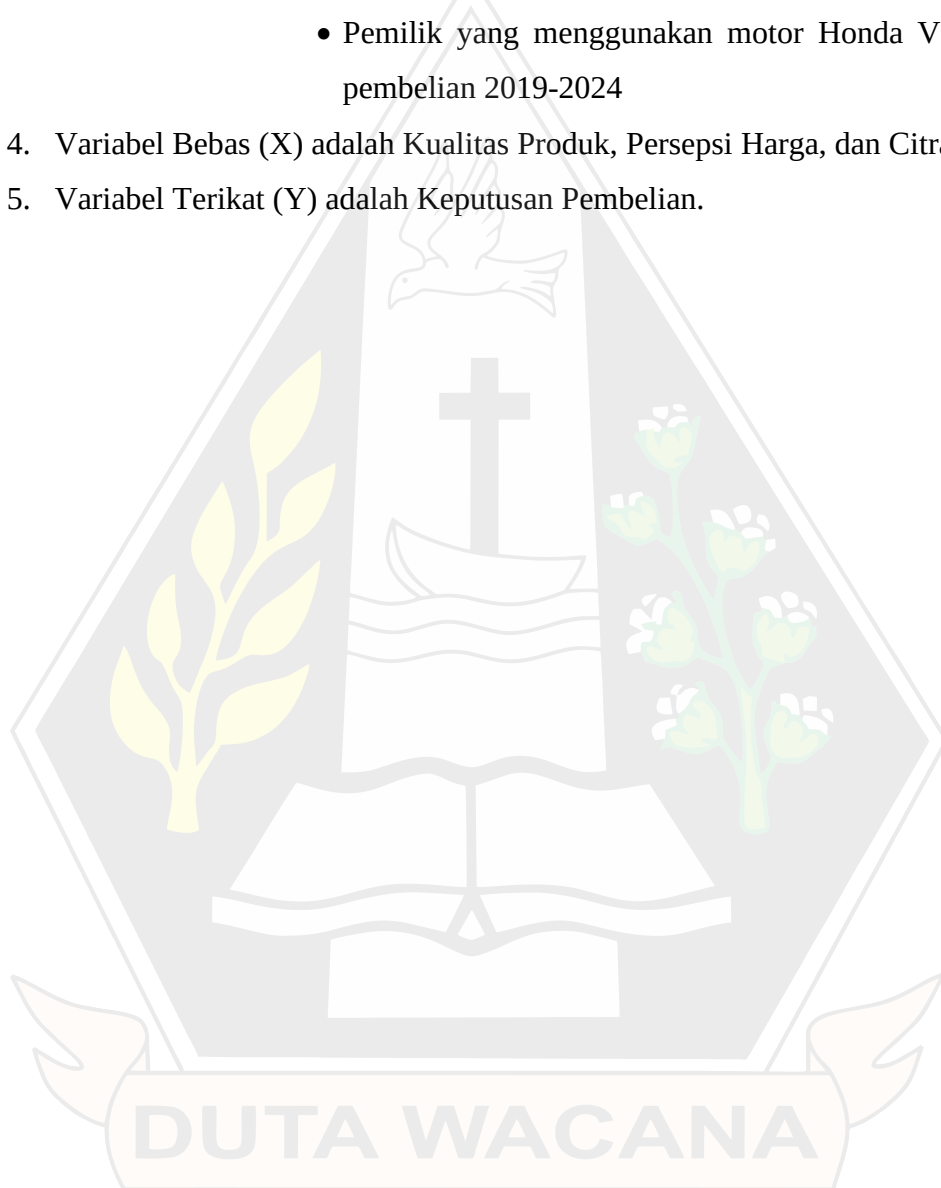
Manfaat yang diharapkan adalah:

1. Peneliti mempelajari lebih jauh bagaimana kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek dapat mempengaruhi pembelian motor Vario 125 cc di daerah istimewa Yogyakarta.
2. Kegunaan bagi mahasiswa adalah sebagai sumber kajian tambahan untuk membantu siswa belajar tentang menentukan pilihan saat membeli barang,
3. Manfaat bagi masyarakat adalah untuk memberi informasi mengenai pentingnya pengaruh keunggulan barang, harga bersaing dan identitas perusahaan terhadap keputusan pembelian.
4. Manfaat bagi Perusahaan adalah sebagai landasan metodologis dalam pengumpulan keputusan dan peta jalan tindakan masa depan yang akan diambil perusahaan dalam rangka melaksanakan rencana yang perlu ditetapkan perusahaan guna meningkatkan kualitas penjualan.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan penelitian yaitu berfokus pada pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian dengan penelitian kasus pembelian motor Honda Vario 125 cc di Daerah Istimewa Yogyakarta maka peneliti membatasi penelitian sebagai berikut:

1. Waktu Penelitian : April 2023 – Juni 2024.
2. Tempat Penelitian : Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Profil Responden :
 - Usia : 20 tahun – 55 tahun
 - Gender : Laki-laki / Perempuan.
 - Penghasilan : < Rp.1.000.000 - > 2.000.000
 - Pemilik yang menggunakan motor Honda Vario 125 cc pembelian 2019-2024
4. Variabel Bebas (X) adalah Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek.
5. Variabel Terikat (Y) adalah Keputusan Pembelian.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Tujuan penelitian adalah memahami dampak variabel persepsi harga, citra merek, dan kualitas produk kepada keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario 125 cc oleh konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sampel yang digunakan pada penelitian adalah pemilik dan pengendara motor Honda Vario 125 cc di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan jumlah 100 responden. Dengan menggunakan data yang tersedia, peneliti terlebih dahulu menguji validitas dan reliabilitas kuesioner sebelum mengirimkannya kepada 100 responden. Penelitian dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya yaitu penelitian lebih lanjut apabila semua pernyataan dalam kuesioner telah valid. Dilakukan bertujuan untuk mengetahui dan memahami dampak atau pengaruh dimensi variabel kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian motor Honda Vario 125 cc di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil dari analisis profil responden, diketahui bahwa pemilik dan pengguna motor Honda Vario 125 cc adalah laki-laki (60%) dan perempuan (40%). Hasil studi deskriptif profil tingkat usia responden pemilik dan pengguna sepeda motor Honda Vario 125 cc menunjukkan bahwa 89% responden berusia antara 20 sampai 35 tahun. Mayoritas Sebanyak 76% pembeli dan pengguna motor Honda Vario 125 cc meraup total pendapatan lebih dari Rp2.000.000.

- a. Variabel Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian motor Honda Vario 125 cc sehingga hipotesis pertama (H1) : kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian motor Honda Vario 125 cc di Daerah Istimewa Yogyakarta.
- b. Variabel Persepsi Harga (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian motor Honda Vario 125 cc, sehingga hipotesis kedua (H2) : persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian motor Honda Vario 125 cc di Daerah Istimewa Yogyakarta.
- c. Variabel Citra Merek (X3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian motor Honda Vario 125 cc, sehingga hipotesis kedua (H3) : citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian motor Honda Vario 125 cc di Daerah Istimewa Yogyakarta.

5.2 Saran

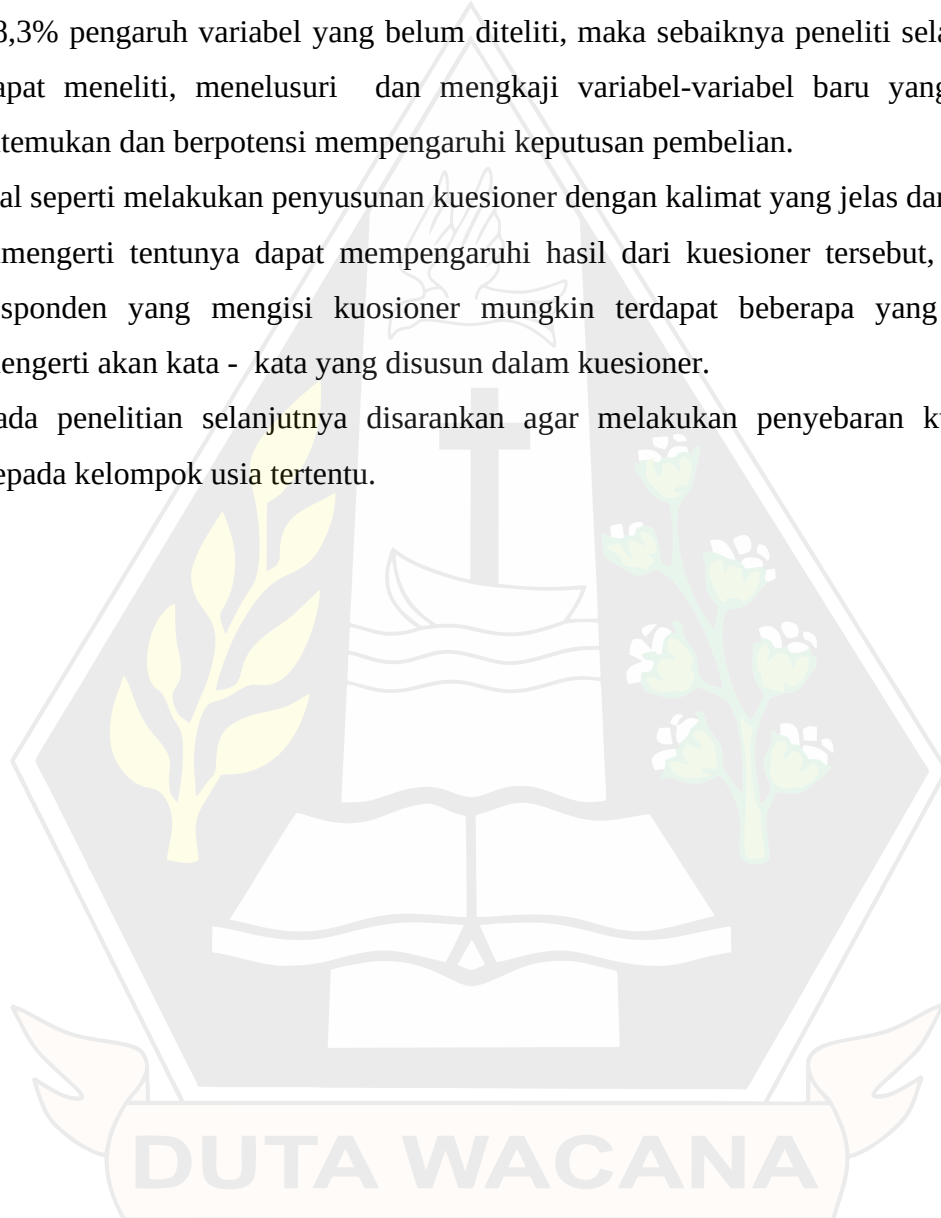
5.2.1 Saran Berdasarkan Hasil Penelitian Bagi Perusahaan

1. Pada mutu atau kualitas produk motor Honda Vario 125 cc yang telah sangat bagus dan populer di masyarakat, khususnya pemilik dan pengguna motor Honda Vario diharapkan pihak perusahaan dapat mempertahankan hal tersebut. Melihat semakin banyak pemilik dan pengguna motor Honda Vario 125 cc setiap tahunnya membuat perusahaan harus bisa lebih berinovasi dalam menentukan harga dan varian dari motor Honda Vario 125 cc supaya mampu menarik perhatian dan minat konsumen lebih banyak dan tentunya memperhatikan kualitas motor agar kualitas produk tetap terjaga di tengah tengah masyarakat.
2. Persepsi harga ialah salah satu hal yang difokuskan oleh perusahaan dikarenakan adanya persepsi harga masyarakat atau calon konsumen dapat menilai dan mengevaluasi harga yang ditawarkan perusahaan, apakah sepadan dengan mutu barang yang diberikan juga menjadi pertimbangan bagi calon konsumen.
3. Mengembangkan saluran komunikasi dan promosi yang lebih efektif dengan calon pelanggan adalah penting karena akan membantu bisnis mempertahankan reputasi positif di mata calon pelanggan. Tentu saja ini akan sangat menguntungkan bagi perusahaan.

5.2.2 Saran Untuk Peneliti Yang Akan Datang

Hasil dari penelitian yang dilakukan, saran yang diberikan kepada penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Mengingat hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan masih ditemukan sebesar 28,3% pengaruh variabel yang belum diteliti, maka sebaiknya peneliti selanjutnya dapat meneliti, menelusuri dan mengkaji variabel-variabel baru yang sering ditemukan dan berpotensi mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Hal seperti melakukan penyusunan kuesioner dengan kalimat yang jelas dan mudah dimengerti tentunya dapat mempengaruhi hasil dari kuesioner tersebut, terlebih responden yang mengisi kuesioner mungkin terdapat beberapa yang kurang mengerti akan kata - kata yang disusun dalam kuesioner.
3. Pada penelitian selanjutnya disarankan agar melakukan penyebaran kuesioner kepada kelompok usia tertentu.



DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Penelitian Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Penelitian Manajemen dan Bisnis*, Vol. 6 (2) hlm. 96-104.
- BAHTIAR, F. A. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Display Produk Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Televisi (Studi pada Transmart Wilayah Jabodetabek) (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta).
- Pasaribu, V. L. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor TVS. *Business Management Journal*, 18(1), 37-49.
- Dewi Lubis, D. I., & Hidayat, R. (2017, Februari). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman*, Vol. 5, No. 1, pp. 15-24,. Diambil kembali dari <http://jurnal.stimsukmamedan.ac.id/index.php/ilman>
- Putera, K. B. E., Susanti, N., & Cempena, I. B. (2022). Analysis of the Effect of Price Perception, Product Quality, Physical Evidence on Consumer Satisfaction and Purchase Decision on the Sumber Jaya Livestock Group. *Indonesian Journal of Multidisciplinary Science*, 1(7), 768-778.
- Ernawati. (2022). Meningkatkan Kualitas Pembelajaran dengan Menerapkan Model Pembelajaran Inovatif Project Based Learning (PjBL). *Workshop Penguatan Kompetensi Guru 2022* (hal. 1230– 1236). SHEs: Conference Series 5 .
- F, M. (2004). *Survei Diagnosis Organisasional*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. J. (2007). *Multivariate Data Analysis* (Vol. 6th ed). Pearson Education.
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021, Januari). Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS.
- Johnson, K. (2001). Philip B. Crosby's mark on quality. *Quality Progress*, 25-30. Diambil kembali dari Quality Progress: <https://asq.org/quality-progress/articles/philip-b-crosbys-mark-on-quality?id=dc73c10ba175431ebe4f87a93f37e5c6>
- Johnson, K. (2001). Philip B. Crosby's mark on quality. *Quality Progress*, 25-30.
- Kotler , P., & Armstrong, G. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran edisi kedua belas*.

- Kristen, J. (2001). Philip B. Crosby's Mark on Quality. *Quality Progress*, 25-30. Diambil kembali dari: <https://asq.org/quality-progress/articles/philip-b-crosbys-mark-on-quality?id=dc73c10ba175431ebe4f87a93f37e5c6>
- Laurens, S. K., Kalangi, J., & Walangitan, O. (2019). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario pada PT.Tridjaya Motor Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 9. No. 1.
- Purba, R. (1996). *Sampling Methodologies with Applications*. Chapman & Hall/CRC.
- Putera, K. B. E., Susanti, N., & Cempena, I. B. (2022). Analysis of the Effect of Price Perception, Product Quality, Physical Evidence on Consumer Satisfaction and Purchase Decision on the Sumber Jaya Livestock Group. *Indonesian Journal of Multidisciplinary Science*, 1(7), 768-778.
- Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-9.
- Rawung, D. R., Oroh, S. G., & Sumarauw, J. S. (2015). Analisis Kualitas Produk, Merek dan Harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Pada PT. Sinar Galesong Pratama Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3).
- Sagarawanti, N. D., & Hidayat, W. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor (Studi Pada Konsumen Pengguna Sepeda Motor Yamaha Mio Di Pemalang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(2), 117-129.
- Sampe, Y. D., & Tahalele, M. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Vivo Pada Toko Bandung Jaya AY Patty Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, 2(1), 48-59.
- Sari, D. P. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524-533.
- Setiadi, S.E., M.M, N. J. (2015). *Perilaku Konsumen*. Kencana.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian pendidikan : Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (1995). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wilson, N. (2018, December). The Impact of Service Quality and Brand Image toward Customer Loyalty in the Indonesian Airlines Industry. *Jurnal*

Manajemen Indonesia, pp. 222-234.

Yuliastuti, L. M., & Susila, G. A. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Penggunaan Pada Marketplace Lazada di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, Vol. 13 No.1.

