

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA MOTOR YAMAHA FAZZIO**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Mencapai Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

IMAM ROCHMAD

201810160311454

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA MOTOR YAMAHA FAZZIO**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Mencapai Derajat Sarjana Manajemen



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2023**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **Imam Rochmad**

NIM : 201810160311454

Program Studi : Manajemen

Surel : imamrochmad14@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarisme*) dan hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebut nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 3 September 2023

Yang membuat pernyataan,



Imam Rochmad

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MOTOR YAMAHA FAZZIO

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Imam Rochmad

NIM : 201810160311454

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 07 OKTOBER 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Marsudi, M.M.

Penguji II : Baroya Mila Shanty, S.E., M.M.

Penguji III : Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.B.A.

Penguji IV : Dicky Wisnu Usdek Riyanto, Ph.D.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,

Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MOTOR YAMAHA FAZZIO

Oleh :

Imam Rochmad
201810160311454

Diterima dan disetujui
pada tanggal 07 OKTOBER 2023

Pembimbing I,

Dicky Wisnu Usdek Riyanto, Ph.D.

Pembimbing II,

Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.B.A.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ketua Jurusan,

Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MOTOR YAMAHA FAZZIO

Imam Rochmad, Dicky Wisnu Usdek Riyanto, Luqman Dzul Hilmi
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang
Email: imamrochmad14@gmail.com

ABSTRAK

Yamaha Fazzio adalah salah satu produk Yamaha di kelas motor *matic* yang menggunakan dua sumber tenaga yang saling bersinergi secara otomatis antara mesin dan elektrik. Yamaha Fazzio mengusung *Blue Core Hybrid – Connected* berkapasitas mesin 125 cc yang diklaim sebagai motor yang memiliki teknologi canggih dan irit bahan bakar. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian pada Motor Yamaha Fazzio, serta untuk mengetahui variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Responden pada penelitian ini adalah 125 konsumen yang menggunakan Motor Yamaha Fazzio yang ada di Kota Malang. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisa yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, citra merek dan harga secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Motor Yamaha Fazzio. Variabel citra merek menjadi variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian pada Motor Yamaha Fazzio.

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

INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE, AND PRICE ON PURCHASE DECISIONS ON YAMAHA FAZZIO MOTORCYCLE

Imam Rochmad, Dicky Wisnu Usdek Riyanto, Luqman Dzul Hilmi
Management Study Program, Faculty of Economics and Business
Muhammadiyah Malang University
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang
Email: imamrochmad14@gmail.com

ABSTRACT

Yamaha Fazzio is one of Yamaha's products in the motorcycle classmate which uses two power sources that automatically synergize between the engine and electricity. Yamaha Fazzio carries *Blue Core Hybrid – Connected* engine capacity of 125 cc which is claimed as a motorbike that has advanced technology and is fuel efficient. The research aims to determine the effect of product quality, brand image and price partially and simultaneously on purchasing decisions on Yamaha Fazzio Motorcycles, and to find out the variables that most influence purchasing decisions. Respondents in this study were 125 consumers who used Yamaha Fazzio motorcycles in Malang City. The sampling technique in this study uses purposive *sampling*. The analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of the analysis show that the variables of product quality, brand image and price partially and simultaneously influence the purchasing decision on Yamaha Fazzio Motorcycles. The brand image variable is the variable that has the dominant influence on purchasing decisions for Yamaha Fazzio Motorcycles.

Keywords: Brand Image, Price, Purchase Decisions, Product Quality

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim.

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas hidayah dan taufiq-Nya sehingga Skripsi dengan judul “**Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Motor Yamaha Fazzio**” ini dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang telah direncanakan.

Sholawat dan salam semoga senantiasa dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, Rasul akhir zaman, penutup para nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti dan semoga tumpahan do'a sholawat menetes kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada', para mushonnifin, para ulama', dan seluruh umatnya yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya.

Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ungkapan syukur, dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Fauzan, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh perkuliahan di Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. Hj. Idah Zuhroh., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Nurul Asfiyah, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan persetujuan dalam penelitian.

4. Dicky Wisnu Usdek Riyanto, Phd. selaku dosen pembimbing I yang telah sabar dan memberikan banyak masukan dalam membimbing penulisan skripsi.
5. Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.BA. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan selama proses penulisan skripsi.
6. Dr. Uci Yuliati, Dra., M.M. selaku dosen wali yang telah memberikan pengarahan dan motivasi.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan arahan dan wawasan selama pembelajaran di Universitas Muhammadiyah Malang.
8. Kepada Ibu Rita Dewi yang selalu memberikan perhatian, do'a, kasih sayang, serta motivasi baik material maupun spiritual.
9. Kepada teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini.

Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangan, dipersembahkan karya tulisan ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya. Terimakasih.

Malang, 3 September 2023

Imam Rochmad

DAFTAR ISI

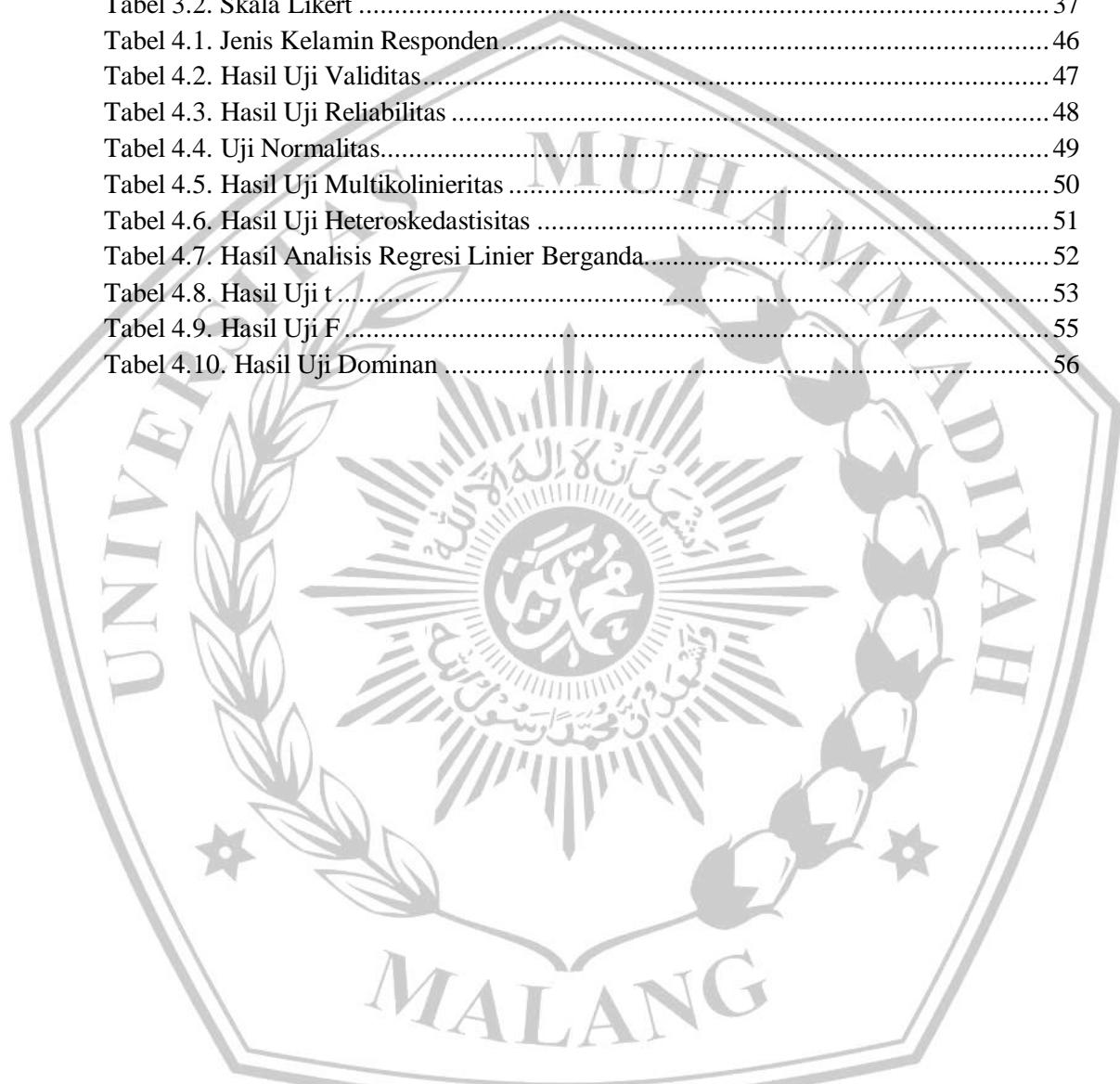
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Batasan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Penelitian Terdahulu	11
B. Landasan Teori	13
C. Kerangka Penelitian.....	28
D. Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	32
B. Jenis Penelitian	32
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	32
D. Definisi Operasional Variabel.....	34
E. Teknik Pengumpulan Data.....	36
F. Teknik Penskalaan Data.....	36
G. Uji Instrumen Penelitian	37
H. Teknik Analisa Data	40
I. Uji Hipotesis.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
A. Gambaran Umum Perusahaan	44
B. Karakteristik Responden	46
C. Uji Instrumen.....	46
D. Uji Asumsi Klasik	49

E. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
F. Hasil Uji Hipotesis.....	53
G. Pembahasan Penelitian.....	56
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	 61
A. Simpulan	61
B. Saran	62
 DAFTAR PUSTAKA	 64
LAMPIRAN	68



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. <i>Top Brand Index</i> Kategori Otomotif Tahun 2023	6
Tabel 1.2. Penjualan Yamaha Fazzio di Salah Satu Dealer di Kota Malang.....	7
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 3.2. Skala Likert	37
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden.....	46
Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 4.3. Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.4. Uji Normalitas.....	49
Tabel 4.5. Hasil Uji Multikolinieritas	50
Tabel 4.6. Hasil Uji Heteroskedastisitas	51
Tabel 4.7. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
Tabel 4.8. Hasil Uji t	53
Tabel 4.9. Hasil Uji F	55
Tabel 4.10. Hasil Uji Dominan	56



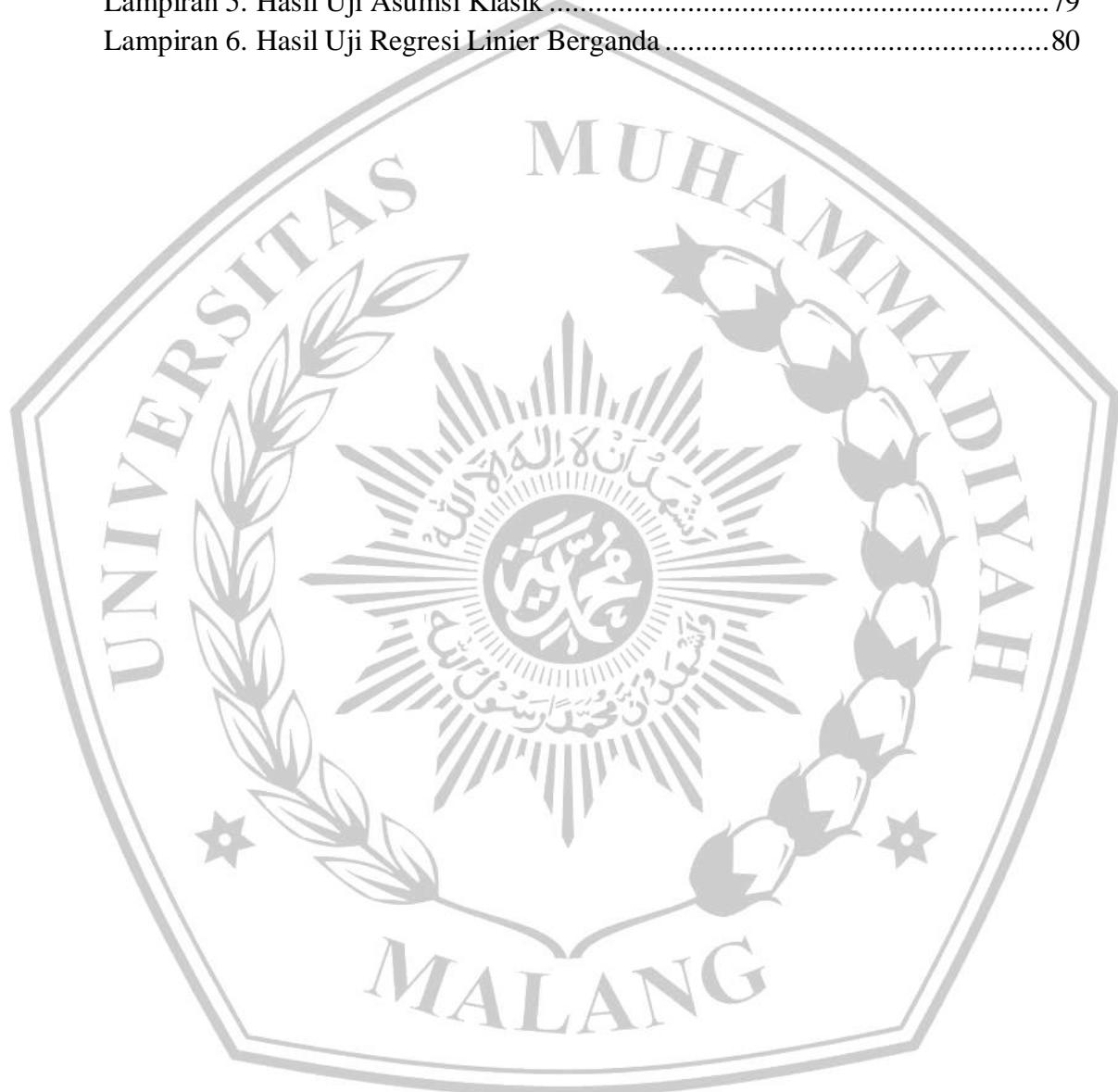
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Perilaku Konsumen	14
Gambar 2.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian .	16
Gambar 2.3. Proses Keputusan Pembelian.....	17
Gambar 2.4. Kerangka Penelitian Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	28



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	68
Lampiran 2. Data Jawaban Responden	70
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas	76
Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas.....	78
Lampiran 5. Hasil Uji Asumsi Klasik	79
Lampiran 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	80



DAFTAR PUSTAKA

- Adyas, D., & Setiawan, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda CBR150R di Cibinong. *Economicus*, 13(1), 80-90.
- AISI. (2023). <https://www.aisi.or.id/statistic/>. Diakses pada 1 Juni 2023.
- Amirullah. (2002). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Andriyani, Y., & Zulkarnaen, W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Yaris di Wijaya Toyota Dago Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 1(2), 80-103.
- Anwar, S., & Mujito, M. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 189-202.
- Assael, Henry. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binapura Aksara
- Assauri, S. (2010). Manajemen Pemasaran: Konsep, Dasar & Strategi. Cetakan Ke-7. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Back, K.-J., Lee, C.-K., & Abbott, J. (2011). Internal Relationship Marketing: Korean Casino Employees' Job Satisfaction and Organizational Commitment. *Cornell Hospitality Quarterly*, 52(2), 111–124.
- Buchari, Alma. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Cetakan Kesembelian*. Alfabeth: Bandung.
- Fauziah, H., & Dekasari, Y. (2021). Effect On Product Quality on Consumer Purchase Decisions PT. Budi Berlian Motor Lampung. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis*, 6(1), 29-36.
- Ferdinand, A. (2014). Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen. Edisi kelima. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fraenkel, J. P. & Wallen, N. E. (2012). How to Design and Evaluate Research in Education 8th Edition. Boston: McGraw-Hill Higher Education
- Garvin, D. A. (1998). *Managing Quality*. New York: The Free Press
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS

25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Gunawan, A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor *Matic* Merek Honda (Studi Empiris pada Daler Honda Timbul Jaya Motor Boyolali). *Jurnal Manajemen*. 2(1), 1-20
- Hartono, S. (2015). Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skutik Yamaha (Studi Kasus Pada Pengguna Skutik Yamaha di Cikarang). *Journal of Economic*. 2(1), 56-71.
- Hutri dan Yuliviona. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Dengan Minat Beli Sebagai Variable Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Sepeda Motor di Kota Padang). *Jurnal Manajemen*. 20(2), 1-7
- Indriyo, G. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: IKAPI
- Irvan, Muhammad. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor All New Yamaha R15 di Jabodetabek." *Journal of Chemical Information and Modeling*. 53(9), 1679-16799.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing strategy: A Problem Solve by Marketer*. New York: Prentice Hall
- Kotler Philip & Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Laksmitadewi, A. D., Saryadi, S., & Nurseto, S. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Mobilio di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 105-124.
- Musyarofah, D., Rachma, N., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembeli Sepeda Motor *Matic* Honda Scoopy (Studi Pada Konsumen Dealer Merpati Motor Kota Probolinggo). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 8(17), 77-94.
- Naila, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy di Kota Kandangan Kabupaten Hulu Sungai Selatan. *Jurnal Manajemen*, 3(1), 231-245.

- Pitriyono, Achmad. (2017). Pengaruh, Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 8(1), 1–18.
- Prayitno, B. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha R15. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*. 8(2), 2461-0593
- Rahedian, Rafif. (2022). <https://otomotif.tempo.co/read/1736435/test-ride-vespa-gts-150-super-sport-handling-santai-tarikannya-mengacir>. Diakses pada 13 Juni 2023.
- Rahman, Arif. (2010). *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business*. Edisi Pertama. Penerbit TransMedia Pustaka. Jakarta
- Saputro, Aris Kuncoro. (2016). Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. *Jurnal Manajemen*. 12(1), 1-11.
- Schiffman, Leon, & Kanuk, Leslie Lazar. (2007). Consumer Behaviour 7 th. Edition. (Perilaku Konsumen). Jakarta: PT. Indeks.
- Schiffman, L G, Kanuk, L. L., & Hansen, H. (2008). Consumer behavior, a European outlook. Harlow: Pearson Education.
- Sekaran, Uma. (2017). Metode Penelitian untuk Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.
- Shofwan, T., Aryani, L., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Beat. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 362-376.
- Sohail, A. A., & Tanveer, N. (2015). Buying Behavior of Smartphone among University Students in Pakistan. *The International Journal of Business & Management*, 3(1), 34.
- Solomon, Michael R. (2007). Consumer Behavior: Buying, Having, and Being. Seventh Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Sunyoto, D., & Admojo, T. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Buku
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Prinsip & Penerapan. Edisi 1. Yogyakarta. Andy

Top Brand Award. (2023). https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=8&id_subkategori=262. Diakses pada tanggal 1 Juni 2023.

Yamaha. (2023). <https://www.yamaha-motor.co.id/product/fazzio/>. Diakses pada tanggal 13 Juni 2023



PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MOTOR YAMAHA FAZZIO

ORIGINALITY REPORT

