

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
(Studi Pada Konsumen Honda Beat di Kecamatan Sukun, Kota Malang)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh :

MOCHAMMAD IMAM ROSYIDI

201910160311532

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

2024

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
(Studi Pada Konsumen Honda Beat di Kecamatan Sukun, Kota Malang)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Persyaratan Memperoleh Sarjana Strata Satu
(S1) Program Studi Manajemen**

Disusun Oleh:

MOCHAMMAD IMAM ROSYIDI

201910160311532



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

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
(Studi pada Konsumen Honda Beat di Kecamatan Sukun, Kota Malang)**

Oleh :


Mochammad Imam Rosyidi

201910160311532

Diterima dan disetujui
pada tanggal 15 Juni 2024


Pembimbing I,

Pembimbing II,


Dr. Dra. Rathih Juliati, M.Si.


Immanuel Mu'ammal, S.E., M.M.


Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.


Dr. Nurul Asfiah, M.M.



LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR (Studi pada Konsumen Honda Beat di Kecamatan Sukun, Kota Malang)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Mochammad Imam Rosyidi

NIM : 201910160311532

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 15 Juni 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : Dr. Dra. Ratih Juliati, M.Si.

Pembimbing II : Immanuel Mu'ammal, S.E., M.M.

Penguji I : Drs. Noor Azis, M.M.

Penguji II : Viajeng Purnama Putri, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

1.

2.

3.

4.

LEMBAR ORISINALITAS

LEMBAR ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Mochammad Imam Rosyidi

Nim : 201910160311532

Program Studi : Manajemen

E-mail : ociocdy@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini benar-benar asli dan karya hasil sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) 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 dikemudian hari terdapat penyimpangan data tau ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 15 Juni 2024

Yang membuat pernyataan,



10000
METERAI
TEMPEL
113ALX232570572

Mochammad Imam Rosyidi

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
(Studi Pada Konsumen Honda Beat di Kecamatan Sukun, Kota Malang)**

Mochammad Imam Rosyidi¹, Ratih Juliati², Immanuel Mu'ammal³.

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

E-mail : ociocidy@gmail.com

ABSTRAK

Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian, pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, dan pengaruh dominan antara citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Sukun Kota Malang. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna sepeda motor Honda Beat, dengan sampel sebanyak 120 responden. Karakteristik responden yaitu konsumen yang berada di kecamatan Sukun, Kota Malang, konsumen yang pertama kali membeli Honda Beat, berusia 25-60 tahun, dan konsumen yang sudah memiliki pekerjaan. Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan *purposive sampling*. Teknik pengambilan data menggunakan kuisioner online. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang diolah dengan program SPSS 25. Hasil penelitian ini didapatkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk berpengaruh lebih dominan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian.

The Influence of Brand Image and Product Quality on Motorcycle Purchasing Decisions

(A Study on Honda Beat Consumers in Sukun District, Malang City)

Mochammad Imam Rosyidi¹, Ratih Juliati², Immanuel Mu'ammal³.

Management Study Program, Faculty of Economics and Business

University of Muhammadiyah Malang

E-mail : ociocidy@gmail.com

ABSTRACT

The Influence of Brand Image on Purchase Decision, the Influence of Product Quality on Purchase Decision, and the Dominant Influence between Brand Image and Product Quality on Purchase Decision. This research was conducted in the Sukun District of Malang City. The population used in this study was consumers of Honda Beat motorcycles, with a sample of 120 respondents. Respondent characteristics are consumers located in the Sukun District, Malang City, consumers who first purchased the Honda Beat, aged 25-60 years, and consumers who already have a job. This study used a non-probability sampling technique with purposive sampling. Data collection technique used an online questionnaire. This study used multiple linear regression analysis processed with SPSS 25 program. The results of this study found that brand image has a positive and significant influence on purchase decision. Product quality has a positive and significant influence on purchase decision. Product quality has a more dominant influence on purchase decision.

Keywords : Brand Image, Product Quality, and Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor (Studi Pada Konsumen Honda Beat di Kecamatan Sukun, Kota Malang)”** pada waktu yang telah direncanakan. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mencapai derajat sarjana manajemen di Universitas Muhammadiyah Malang.

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. Nazarudin Malik, SE., M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dra. Nurul Asfiah, M.M., selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang
4. Dr. Dra. Ratih Juliati, M.Si. selaku dosen pembimbing I dan Immanuel Mu'ammal, S. E., M.M. selaku pembimbing II yang penuh dengan

kesabaran, memotivasi, memberikan arahan, koreksi serta petunjuk yang sangat bermanfaat guna menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

5. Prof. Dr. Widayat, MM. selaku dosen wali Manajemen kelas K tahun angkatan 2019 yang mengarahkan saya selama berstudi dan menjadi mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Malang.
6. Terima kasih kepada seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya Program Studi Manajemen yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan hingga akhir penyusunan skripsi ini.
7. Terima kasih untuk warga Kecamatan Sukun yang sudah meluangkan waktu untuk wawancara dan mengisi kuisioner skripsi saya
8. Terima kasih sebesar-besarnya kepada kedua orang tua saya, serta saudara saya Daya Pamuji dan Octa Roihana yang telah memberi dukungan, motivasi dan doa yang terus menerus dipanjatkan untuk saya hingga saat ini.
9. Terima kasih kepada seluruh teman-teman seperjuangan saya Manajemen Kelas K angkatan 2019 yang telah berjuang bersama serta memberikan warna pertemanan dari Semester 1 hingga sampai selesainya semester akhir
10. Terima kasih kepada sahabat yang selalu mendukung saya selama ini, terutama Bentar Maulana yang setiap hari menemani mengerjakan skripsi saya dan motivasi untuk mengejakan skripsi saya

11. Berbagai pihak lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat saya, sekali lagi terimakasih.

Kepada semua pihak hanya ungkapan terimakasih dan do'a yang bisa saya persembahkan. Akhirnya atas segala keterbatasan penulisan, saya persembahkan karya tulis ini untuk siapapun yang membutuhkan. Kritik dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya tulis selanjutnya. Terimakasih

Malang, Juni 2024

Mochammad Imam Rosyidi



DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR ORISINALITAS	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Penelitian Terdahulu.....	12
B. Landasan Teori	12
1. Perilaku Konsumen.....	12
2. Keputusan Pembelian	17
3. Citra Merek	25
4. Kualitas Produk.....	30
C. Kerangka Pikir.....	38

D.	Perumusan Hipotesis	39
1.	Hubungan citra merek dengan keputusan pembelian	39
2.	Hubungan kualitas produk dengan keputusan pembelian.....	40
3.	Hubungan variabel dominan dengan keputusan pembelian	41
BAB III METODE PENELITIAN		43
A.	Lokasi Penelitian	43
B.	Jenis Penelitian	43
C.	Populasi dan Sampel	43
1.	Populasi.....	43
2.	Sampel	44
3.	Teknik Pengambilan Sampel	44
D.	Sumber Data	45
E.	Defenisi Operasional Variabel	46
F.	Teknik Pengumpulan Data.....	47
G.	Teknik Pengukuran Variable	48
H.	Rentang Skala.....	48
I.	Uji Instrumen	50
1.	Uji Validitas.....	50
2.	Uji Reliabilitas	50
J.	Uji Asumsi Klasik.....	51
1.	Uji Normalitas.....	51
2.	Uji Multikoneritas.....	52
3.	Uji Heteroskedastisitas	52
4.	Uji Linearitas	52
5.	Uji Autokorelasi.....	53

K.	Regresi Linear Berganda	54
L.	Uji T	54
M.	Uji Dominan	55
N.	Uji Koefisien Determinasi	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		56
A.	Karakteristik Responden	56
1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden	58
4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	59
B.	Hasil Rentang Skala	59
1.	Keputusan pembelian (Y)	60
2.	Citra Merek (X1)	63
3.	Kualitas Produk	67
C.	Hasil Uji Instrumen	70
1.	Uji Validitas	70
2.	Uji Reliabilitas	72
D.	Hasil Uji Asumsi Klasik	73
1.	Uji Normalitas	73
2.	Uji Multikolinieritas	74
3.	Uji Heteroskedastisitas	75
4.	Uji Linearitas	75
5.	Uji Autokorelasi	76
E.	Hasil Analisis Regresi Berganda	77
F.	Hasil Uji T	79

G.	Hasil Uji Dominan.....	80
H.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>).....	81
I.	Pembahasan.....	82
1.	Pengaruh Citra Merek (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Konsumen Sepeda Motor Honda Beat.....	82
2.	Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Konsumen Sepeda Motor Honda Beat.....	84
3.	Pengaruh Dominan antara Citra Merek (X1) dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian(Y).....	85
BAB V	PENUTUP.....	86
A.	Kesimpulan.....	86
B.	Keterbatasan Penelitian.....	87
C.	Saran.....	87
	DAFTAR PUSTAKA.....	89
	LAMPIRAN.....	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Kendaraan Indonesia 2023	4
Tabel 1.2. 10 Merek Kendaraan Terbaik di Indonesia 2023.....	5
Tabel 1.3. Merek Sepeda Motor Matic 110cc Terpopuler 2024.....	6
Tabel 1.4. Kelebihan dan Kekurangan sepeda Motor Matic.....	7
Tabel 1.5. Jumlah Pengguna Sepeda Motor Menurut Kecamatan di Kota Malang 2023.....	8
Tabel 3.1. Defenisi Operasional Variabel.....	46
Tabel 3.2. Teknik pengukuran Skala.....	48
Tabel 3.3. Tabel Rentang Skala	50
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.2. Usia Responden.....	57
Tabel 4.3. Pekerjaan Responden.....	58
Tabel 4.4. Pendapatan Responden.....	59
Tabel 4.5. Rentang Skala Keputusan Pembelian (Y).....	60
Tabel 4.6. Rentang Skala Citra Merek (X1)	64
Tabel 4.7. Rentang Skala Kualitas Produk (X2).....	67
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas.....	71
Tabel 4.9. Hasil Uji Reliabilitas.....	72
Tabel 4.10. Uji Multikolineritas.....	74
Tabel 4.11. Hasil Uji Heteroskedastisitas	75
Tabel 4.12. Hasil uji Linearitas Citra Merek (X1) terhadap Keputusan pembelian (Y).....	76
Tabel 4.13. Hasil uji Linearitas Kualitas produk (X2) terhadap Keputusan pembelian (Y).....	76
Tabel 4.14. Hasil Uji Autokorelasi	77
Tabel 4.15. Hasil Analisis Regresi Berganda.....	78
Tabel 4.16. Hasil Uji Hipotesis (uji t).....	79
Tabel 4.17. Hasil Uji Dominan	80
Tabel 4.18. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	82

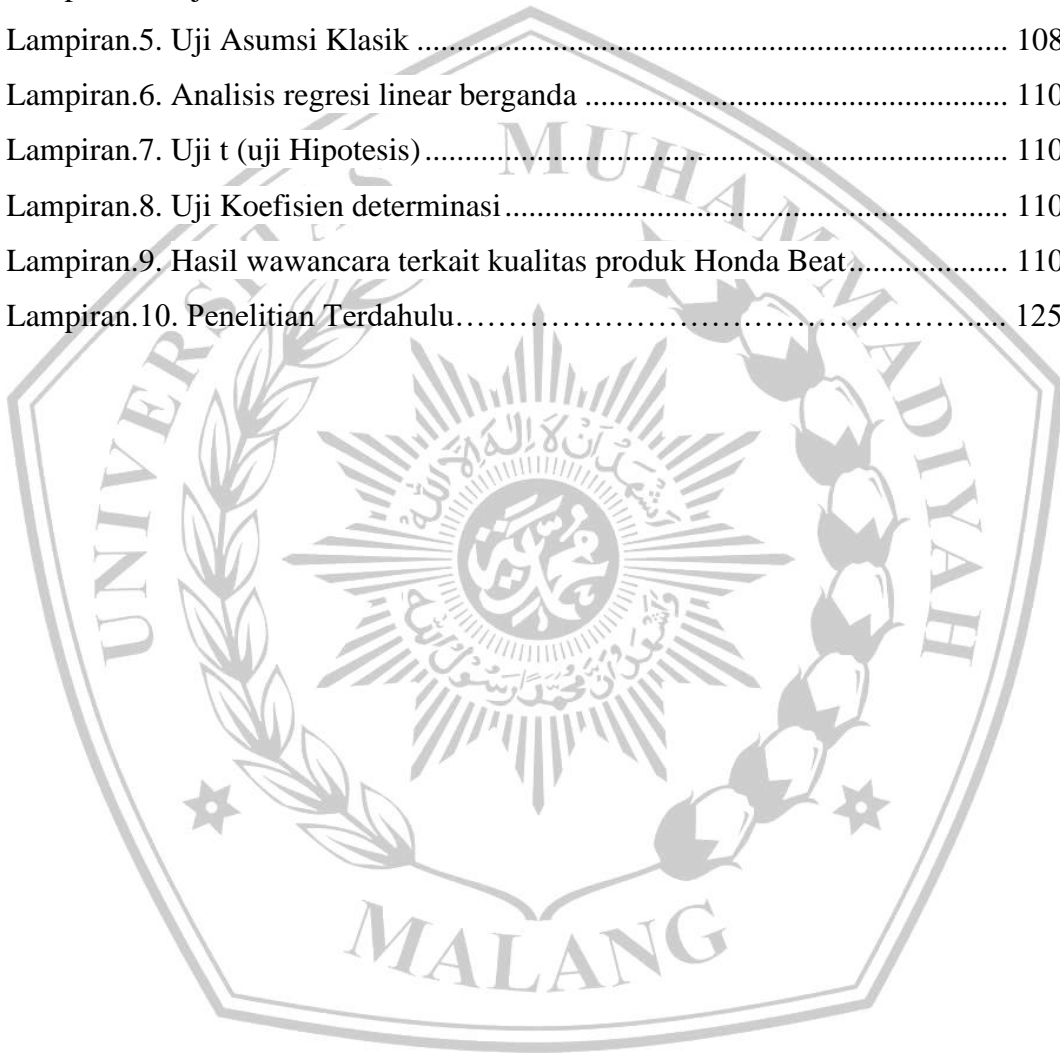
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Perilaku Konsumen.....	13
Gambar 2.2. Proses Keputusan Pembelian	17
Gambar 2.3. Kerangka Pikir Penelitian.....	39
Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas (<i>P-P Plot of Regression</i>).....	73



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran.1. Kuisisioner Penelitian	94
Lampiran.2. Hasil Jawaban Responden	97
Lampiran.3. Uji Validitas.....	106
Lampiran.4. Uji Reliabilitas	107
Lampiran.5. Uji Asumsi Klasik	108
Lampiran.6. Analisis regresi linear berganda	110
Lampiran.7. Uji t (uji Hipotesis)	110
Lampiran.8. Uji Koefisien determinasi	110
Lampiran.9. Hasil wawancara terkait kualitas produk Honda Beat.....	110
Lampiran.10. Penelitian Terdahulu.....	125



DAFTAR PUSTAKA

- Abdjul, R., Soegoto, A. S., & Soepeno, D. (2018). Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pproduk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina Pada Pt. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset*
- 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.
- 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.
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38-51.
- Angkasa, M. Y., Tawas, H. N., & Raintung, M. C. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser dan Citra Merek Terhadap Keputusan Membeli Motor Honda Beat Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(2).
- Cysara, Frans Abdi. (2015). Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Untuk Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Bandar Lampung
- E Saputro, E. A., & Widiastuti, E. (2020). Analisa Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Nmax di Kota Surakarta. *Surakarta Management Journal*, 2(1), 1-10.
- konomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Ferdinand, (2014). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Edisi 5. (5). Semarang: UNDIP PRESS.

- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Gunawan, Didik. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Gusman, R., Rinaldo, J., & Firdaus, T. R. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Menara Agung Padang. *Matua Jurnal*, 4(2), 341-358.
- Hair, J.F., Risher, J.J., Sarstedt, M. and Ringle, C.M. (2019) When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31, 2-24.
- Hilmawan, I. (2019). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Rekaman: Riset Ekonomi Bidang Akuntansi dan Manajemen*, 3(3), 154-166.
- Hilmawan, I. (2019). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Rekaman: Riset Ekonomi Bidang Akuntansi dan Manajemen*, 3(3), 154-166.
- Jasmalinda, J. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha di Kabupaten Padang Pariaman. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), 2199-2206.
- Juliana, Kadek Edi dan Telagawathi, Ni Luh Wayan Sayang (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. *Jurnal Manajemen*. Vol.5. No. 1.
- Kotler, P dan Amstrong. (2018). Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. (2016) Manajemen Pemasaran. Edisi ke-14, Pendidikan Pearson
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). Marketing Management Sixteenth (16th ed.). United Kingdom: Pearson Education Limited
- Kotler, Philip; Keller, K. L. (2020). Manajemen pemasaran : Jil. 1. *Jurnal Manajemen Dan Entrepreneurship*, 6(3).

- Kristin, N. I., & Nugroho, A. P. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy. *Journal Of Management, Business And Education*, 8(1), 104-115.
- Mawara, Z. R. (2013). Periklanan Dan Citra Merek Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3).
- Onsu, R., Tawas, H., & Repi, L. (2015). Atribut Produk, Citra Merek, Dan Strategi Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Di Dealer Yamaha Ranotana. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(2).
- Pasaribu, V. L. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor TVS. *Business Management Journal*, 18(1), 37-49.
- 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).
- Priansa. (2017). *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta
- Rangkuti, Freddy. 2009. *The Power of Brand*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ridwan dan Sunarto. 2010. *Pengantar Statistika Untuk Penelitian: Pendidikan Sosial, Komunikasi, Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sari, A. K., & Kurnia, A. (2013). Pengaruh citra merek dan keluarga terhadap keputusan pembelian honda beat. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 285-296.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L., L. (2019). *Perilaku Konsumen*, Edisi 7. Alih Bahasa: Zoelkifli. Jakarta : Indeks.
- Setiawan, R., & Surjaatmadja, S. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Honda “Scoopy” Di Kota Tangerang. In *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)* (Vol. 2, pp. 1070-1079).

- 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.
- Sitanggang, F., Sidebang, A., & Mirza, D. F. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ban Sepeda Motor Merek Swallow Pada PT. Industri Karet Deli Medan. *Tijarah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(19).
- Sitompul, S. S., Chrispin, G., & Hamzah, M. L. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Battery Sepeda Motor. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1), 27-37.
- Soliha, E., & Fatmawati, N. (2017). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap proses keputusan pembelian konsumen sepeda motor matic "Honda.". *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1-20.
- Soliha, E., & Fatmawati, N. (2017). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap proses keputusan pembelian konsumen sepeda motor matic "Honda.". *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1-20.
- Sopiah & Sangadji, Etta Mamang. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Suari, M. T. Y., Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2019). Pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(1), 26-33.
- Sugiyono, (2019), *Metodologi Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung
- Sukma, D. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Vespa Matic (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta).
- Supartono, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. *Jurnal Dimensi*, 11(1), 73-86.
- Tjiptono, Fandy. (2017). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. Yogyakarta : Andi Offset

- Toton, Toton, Senna Enzovani, and Bunga Vidya Putri. "Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bandar Lampung)." *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)* 2.2 (2021).
- Winarti, M. E., Fanggidae, A. H., Salean, D. Y., & Fanggidae, R. P. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus pada dealer honda CV. Raja jaya Motor Maumere) *GLORY Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 4(2), 295-306.
- Zenianto, A. D., & Mubarak, H. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus pada Politeknik LP3I Medan). *CIVITAS: Jurnal Studi Manajemen*, 1(1), 8-14.



PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR (Studi Pada Konsumen Honda Beat di Kecamatan Sukun, Kota Malang)

ORIGINALITY REPORT

12% SIMILARITY INDEX	12% INTERNET SOURCES	5% PUBLICATIONS	7% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	docobook.com Internet Source	3%
2	www.kompasiana.com Internet Source	3%
3	repository.stei.ac.id Internet Source	2%
4	eprints.umm.ac.id Internet Source	2%
5	Submitted to University of Muhammadiyah Malang Student Paper	2%

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%