

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL HONDA
JAZZ DI SURABAYA
(STUDI KASUS DEALER HONDA ROYAL WIYUNG)**



Oleh :

Aditya Resya Pratama

NBI : 211207443

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2018**

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 6 Februari 2018.

TIM PENGUJI :

1. Drs. Mohammad Djaya, MM. -Ketua 
2. Drs. Ec. Sjamswana Juwana, MM -Anggota 
3. Drs. Ec. Achmad Effendi, MM. -Anggota 

Mengesahkan
Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
D e k a n,



Dr. Slamet Riyadi, M.Si, Ak, CA
NPP/20220.93.0319

Surat Pernyataan Anti Plagiat

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang Bertanda Tangan dibawah ini:

1. Nama : Aditya Resva Pratama
2. NBI : 211207443
3. Fakultas : Ekonomi
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK : 3529010607940002
6. Alamat Rumah : Permata Megah Asri No F08, Buduran, Sidokepong, Sidoarjo

Dengan ini menyatakan Skripsi yang berjudul :

“PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL HONDA JAZZ DI SURABAYA (STUDI KASUS DEALER HONDA ROYAL WIYUNG)”

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika di kemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi Untag Surabaya.



Surabaya, 25 juli 2018

Aditya Resya Pratama



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl. Semolowaru 45 Surabaya

Tlp. 031 593 1800 (ex.311)

Email : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Abitya Resya Pratama

NBI : 211207443

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk
memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus
1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive
Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul :

Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan
Pembelian Mobil Honda Jazz Di Surabaya

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-
Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau
memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database),
merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal : 21 - November 2019

Yang Menyatakan,



(Abitya Resya Pratama)

ABSTRACT

Aditya Resya Pratama. 2018. Pengaruh Ctra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Jazz Di Surabaya (Studi Kasus Dealer Honda Royal Wiyung). Fakultas Ekonomi. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dosen Pembimbing. Drs. Ec. Sjamswana Juwana, MM

Email : adityaresyapratama@gmail.com

This study aims to determine the effect of brand image variables and product quality to the purchase decision honda jazz Honda Honda royal wiyung. Data collection techniques using questionnaires. The method of analysis used in this study is to use regression analysis with the help of SPSS software. Result of research indicate that brand image have influence to purchasing decision with correlation coefficient and coefficient of determination of product quality have influence to purchasing decision with correlation coefficient and coefficient of determination Brand image and product quality together have influence to purchasing decision with equation $Y = 4.408 + 0.728 X_1 + 0.228 X_2$. This means the more influential the brand image and the quality of the product will increase the purchase decision. The conclusion of the research is brand image and product quality influence to purchase decision. The advice given to the company is to strengthen the brand image and re-evaluate the quality of its products.

Keywords: Brand image, product quality, purchasing decisions, the honda jazz.

RINGKASAN

Aditya Resya Pratama. 2018. Pengaruh Ctra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Jazz Di Surabaya (Studi Kasus Dealer Honda Royal Wiyung). Fakultas Ekonomi. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Dosen Pembimbing. Drs. Ec. Sjamswana Juwana, MM
Email : adityaresyapratama@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian honda jazz pada konsumen Honda royal wiyung. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi dengan bantuan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan koefisien korelasi dan koefisien determinasi kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan koefisien korelasi dan koefisien determinasi Citra merek dan kualitas produk secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan persamaan $Y = 4.408 + 0.728 X1 + 0,228 X2$. Hal ini berarti semakin berpengaruh citra merek dan kualitas produk maka akan meningkatkan keputusan pembelian. Kesimpulan penelitian adalah citra merek dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Adapun saran yang diberikan kepada perusahaan adalah untuk memperkuat citra merek dan mengevaluasi kembali kualitas produknya.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, honda

KATA PENGANTAR

Puji Tuhan dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil honda jazz di Surabaya (studi kasus dealer honda royal wiyung)”. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada program studi Manajemen, jurusan Manajemen fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis skripsi ini tidak akan berhasil tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang dalam dan tulus kepada ;

1. Bapak Dr. Mulyanto Nugroho , MM, CMA, CPAI selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Bapak Dr. Slamet Riyadi, M.SI., AK., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Ibu Dra. Ec. Ulfi P selaku kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

4. Bapak Drs. Ec. Sjamswana Juwana, MM selaku Dosen Pembimbing yang bersedia meluangkan waktu, tenaga serta pikiran untuk memberikan bimbingan, perhatian, dan masukan yang sangat berharga dengan penuh kesabaran sehingga proposal ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Keluarga tercinta yang telah memberikan yang telah banyak memberikan doa dukungan.
6. Sahabat dan rekan perjuangan yang telah banyak memberikan motivasi.
7. Risa Kurnia yang telah membantu dan memberikan dukungan setiap harinya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun bagi penulis agar dapat belajar lebih baik lagi untuk kedepannya dan proposal ini dapat bermanfaat bagi ilmu pengetahuan dan semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 25 Juli 2018
Penulis

Aditya Resya Pratama

DAFTAR ISI

S K R I P S I	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PERNYATAAN ANTI PLAGIAT.....	v
M O T T O.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRACT.....	xiiiiv
RINGKASAN	xv
BAB 1.....	2
1.1 Latar Belakang Masalah.....	2
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
BAB II.....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Teori Manajemen Pemasaran	13
2.1.1.1 Bauran Pemasaran	14
2.1.1.2 Pengertian Citra Merek	18
2.1.1.2.1 Pengertian Citra.....	31
2.1.1.2.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	33
2.1.1.2.3 Indikator Citra Merek.....	34
2.1.1.3 Kualitas Produk.....	35
2.1.1.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	40
2.1.1.3.2 Indikator Kualitas Produk	41
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	42
2.1.4.1 Indikator Keputusan Pembelian	51
2.2 Penelitian Terdahulu	53
2.3 Kerangka Pemikiran.....	62
2.4 Hipotesis Penelitian.....	63
BAB III.....	65
3.1 Desain Penelitian.....	65
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	67

3.3 Jenis dan Sumber Data	67
3.3.1 Jenis data	67
3.3.2 Sumber Data.....	68
3.4 Populasi dan Sampel	69
3.5 Teknik Pengumpulan Data	71
3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional	73
3.6.2 Definisi Operasional.....	76
3.7 Proses Pengoahan Data	77
3.8 Teknik Analisis Data.....	79
3.8.2 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data	81
BAB IV	87
4.1 GAMBARAN UMUM.....	87
4.1.1 Sejarah singkat Honda royal wiyung	87
4.2 Visi & Misi.....	91
4.3 Struktur organisasi	93
BAB V.....	95
5.1 Hasil Penelitian	95
5.1.1 Uji Asumsi Klasik	95
5.1.3 Uji Hipotesis Penelitian.....	104
5.2 Pembahasan.....	107
BAB VI	111
6.1 Kesimpulan	111
6.2 Implikasi.....	113
6.3 Saran.....	114

Daftar Tabel

Tabel 1.1	3
Tabel 1.2	4
Tabel 2.1	40
Tabel 5.1	67
Tabel 5.2	68
Tabel 5.6	70
Tabel 5.7	71
Tabel 5.8	72

Daftar Gambar

Tabel 1.1	3
Tabel 1.2	4
Tabel 2.1	40
Tabel 5.1	67
Tabel 5.2	68
Tabel 5.6	70
Tabel 5.7	71
Tabel 5.8	72

MOTTO

Gunakan masa muda sebaik mungkin.

*Semua akan indah di akhir, jika itu tidak indah, maka ini
bukan akhir.*

Anda tidak akan mengetahui apa itu kesuksesan sebelum
merasakan kegagalan.

Kecerdasan bukanlah tolak ukur kesuksesan tetapi dengan
menjadi cerdas adalah ketika kita bisa menggapai
kesuksesan.

Belajarlah dari masa lalu, hiduplah di masa sekarang dan
rencanakan untuk hari esok .