

SKRIPSI

PENGARUH HARGA, DESAIN PRODUK, PROMOSI, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN HELM KYT DI SIDOARJO)



Oleh :

RICKY ARDYANA FIRMANSYAH
NBI : 1212000080

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, DESAIN PRODUK, PROMOSI, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA
KONSUMEN HELM KYT DI SIDOARJO)**



Oleh:

Ricky Ardyana Firmansyah

NBI: 1212000080

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2024

**PENGARUH HARGA, DESAIN PRODUK, PROMOSI, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Studi Pada Konsumen Helm Kyt di Sidoarjo)

SKRIPSI

Dikirim Untuk Memenuhi Ketentuan Penggunaan

Dapatkan Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Oleh :

Ricky Ardyana Firmansyah

1212000080

FAKULTAS EKONOMIS DAN BISNIS

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2024

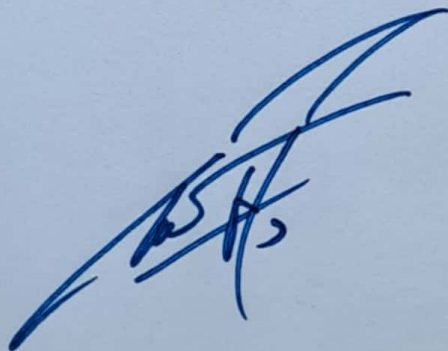
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ricky Ardyana Firmansyah
NBI : 1212000080
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH HARGA, DESAIN, PRODUK,
PROMOSI DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA
KONSUMEN HELM KYT DI SIDOARJO)

Surabaya, 19 Desember 2023

Mengetahui/Menyetujui

Pembimbing,



Dr. Achmad Yanu Alif Fianto, S.T., MBA

NPP : 20210.22.0863

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

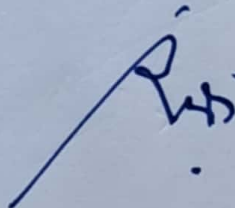
Dipertahankan didepan siding Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 02 Januari 2024.

TIM PENGUJI :

- | | |
|--|------------------|
| 1. Dr. Ec. I. A. Brahmayanti, M.M. | - Ketua: |
| 2. Dr. Hotman Panjaitan, M.M. | - Anggota: |
| 3. Dr. Achmad Yanu Alif Fianto, S.T.,
MBA | - Anggota: |

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Dekan,



Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA

NPP : 20220.93.0319

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

- | | |
|-----------------------|----------------------------------|
| 1. Nama Lengkap | : Ricky Ardyana Firmansyah |
| 2. NBI | : 12120000080 |
| 3. Fakultas | : Ekonomi dan Bisnis |
| 4. Program Studi | : Manajemen |
| 5. NIK (KTP) | : 3515170805020004 |
| 6. Alamat Rumah (KTP) | : Pranti RT 004, RW 002, Sedati. |

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul

“PENGARUH HARGA, DESAIN PRODUK, PROMOSI, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsmen Helm Kyt di Sidoarjo)”

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 dikemudian 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 Fak. Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 14 Januari 2024



(Ricky Ardyana Firmansyah)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl.Semolowaru 45 Surabaya
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)
Email: perpustakaan@untag-sbv.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMI

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

Nama : Ricky Ardyana Firmansyah

NBI : 1212000080

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

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 Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

“PENGARUH HARGA, DESAIN PRODUK, PROMOSI, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen Helm Kyt di Sidoarjo)”

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

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal : 15 Januari 2024

Yang Menyatakan,



(Ricky Ardyana Firmansyah)

1212000080

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan yang Maha Esa karena dengan rahmat, karunia serta taufik, dan hidayah-Nya. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Skripsi yang judul **“Pengaruh Harga, Desain Produk, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Helm KYT di Sidoarjo”** ini disusun guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu (S.1) pada ilmu manajemen di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Pada kesempatan yang berbahagia ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini, di antaranya yaitu :

1. Dr. Achmad Yanu Alif Fianto, S.T., MBA selaku dosen pembimbing saya selama mengerjakan skripsi yang telah banyak memberikan arahan dan ilmu agar penulisan skripsi saya dapat berjalan dengan lancar. Saya sangat berterimakasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing saya dalam melakukan penelitian ini
2. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
3. Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., AK ., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan kesempatan bagi saya untuk melakukan pengerjaan skripsi
4. Dr. Ulfi Prisitiana, M.Si selaku kepala program studi manajemen yang telah memberikan kesempatan dan ilmu bagi saya untuk menuliskan skripsi ini
5. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bsinis yang telah membantu saya dalam memberikan arahan dan bimbingan agar skripsi saya dapat berjalan dengan baik sampai siding akhir berlangsung
6. Kepada abah dan umik yang selalu ada dan mendukung saya dalam perkuliahaan berlangsung dengan memberikan dukungan serta doa agar saya dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu
7. Terima kasih kepada Sindy, Tika, Friska, Geby, Nina, Tiara, Firmandi, Ericko, Dimas, dan Krisna yang menemani saya dari semester awal hingga saya dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu, yang telah mendengarkan keluh kesah saya, menyemangati saya dan membantu saya dalam hal apapun
8. Terima kasih kepada Salsa, Angie, Amarita, Vella, Aa'aa, dan teman – teman mahasiswa/I yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang turut adil dalam membantu saya mengerjakan skripsi

9. Keluarga besar yang mendoakan dan memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini
10. Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for always being a giver and trying give more than I receive, I wanna thank me for trying do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times

Semoga skripsi ini dapat dipahami bagi siapapun yang membacanya. Sekiranya skripsi yang telah saya susun ini dapat berguna bagi saya sendiri maupun orang yang membacanya. Sebelumnya saya mohon maaf apabila terdapat kesalahan kata-kata yang kurang berkenan dan memberikan masukan-masukan yang bersifat membangun untuk kesempurnaan skripsi ini.

Surabaya, 20 Desember 2023

Penyusun

RINGKASAN

Helm KYT adalah produk helm sepeda motor yang terkenal dengan kombinasi keamanan tinggi, desain inovatif, dan kenyamanan pengguna. Diproduksi oleh perusahaan KYT, helm ini menonjol dalam industri helm dengan berbagai model, termasuk helm balap dan touring. Helm KYT fokus pada teknologi terbaru, menggunakan bahan berkualitas tinggi untuk daya tahan dan kenyamanan. Selain keamanan, desain estetik dan ergonomis juga menjadi keunggulan produk ini. Strategi pemasaran dan citra merek yang kuat mendukung popularitas Helm KYT di pasar. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh harga, desain produk, promosi, dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen helm KYT di Sidoarjo memiliki relevansi penting dalam memahami preferensi dan perilaku konsumen di pasar helm sepeda motor.

Penelitian dilakukan pada konsumen Helm KYT di Sidoarjo Jawa Timur. Waktu penelitian ini pada bulan Oktober 2023. Penelitian ini menggunakan data sampling 100 responden, melalui penyebaran kuesioner dengan *google form*. Jenis data yang digunakan adalah metode kuantitatif.

Dalam penelitian ini dihasilkan Uji t setiap variabel menunjukkan bahwa memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Helm KYT, variabel Harga (X1) dengan mendapatkan nilai koefisien regresi sebesar 2,320 dan nilai koefisien regresi variabel desain produk (X2) sebesar 2,002 dan nilai koefisien regresi promosi (X3) sebesar 3,199 sedangkan variabel citra merek (X4) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 4,346. Data hasil Uji f diperoleh $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu 114,355 dan signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Pengaruh Harga (X1), Desain Produk (X2), Promosi (X3), dan Citra Merek (X4) memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian (Y).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, desain produk, promosi, dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen helm KYT di Sidoarjo. Variabel independen melibatkan aspek harga sebagai faktor kunci, desain produk sebagai elemen penarik perhatian, promosi sebagai strategi pemasaran, dan citra merek sebagai persepsi konsumen terhadap produk. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan wawasan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen helm KYT.

Analisis data mencakup penilaian signifikan masing-masing variabel terhadap keputusan pembelian. Harga yang bersaing, desain produk yang menarik, promosi yang efektif, dan citra merek yang positif diyakini memiliki dampak positif pada keputusan pembelian konsumen. Implikasinya, produsen helm KYT di Sidoarjo

dapat meningkatkan strategi pemasaran dengan menyesuaikan harga (X1), meningkatkan desain produk (X2), menjalankan promosi (X3) yang efektif, dan memperkuat citra merek (X4) untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Studi ini memberikan kontribusi pada pemahaman faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pembelian konsumen khususnya dalam industri helm, membantu produsen dan pemasar untuk merancang strategi yang lebih efektif.

SUMMARY

KYT Helmets are motorbike helmet products that are famous for their combination of high safety, innovative design and user comfort. Manufactured by the KYT company, this helmet stands out in the helmet industry with a variety of models, including racing and touring helmets. KYT helmets focus on the latest technology, using high quality materials for durability and comfort. Apart from safety, aesthetic and ergonomic design are also the advantages of this product. Marketing strategies and a strong brand image support the popularity of KYT Helmets in the market. Therefore, research on the influence of price, product design, promotion and brand image on consumer purchasing decisions for KYT helmets in Sidoarjo has important relevance in understanding consumer preferences and behavior in the motorbike helmet market.

Research was conducted on KYT Helmet consumers in Sidoarjo, East Java. The time of this research is October 2023. This research uses sampling data of 100 respondents, through distributing questionnaires using Google Form. The type of data used is a quantitative method.

In this research, the t test produced for each variable shows that it has a partial influence on the decision to purchase a KYT Helmet, the Price variable (X1) by getting a regression coefficient value of 2.320 and a regression coefficient value of the product design variable (X2) of 2.002 and a promotion regression coefficient value (X3) is 3.199 while the brand image variable (X4) has a regression coefficient value of 4.346. Data from the f test results obtained f count > f table, namely 114.355 and a significance of $0.000 < 0.05$ so that it can be concluded that the variables Influence Price (X1), Product Design (X2), Promotion (X3), and Brand Image (X4) have an influence simultaneously significant to the dependent variable Purchasing Decision (Y).

This research aims to analyze the influence of price, product design, promotion and brand image on consumer purchasing decisions for KYT helmets in Sidoarjo. The independent variables involve the price aspect as a key factor, product design as an attention-grabbing element, promotion as a marketing strategy, and brand image as consumer perception of the product. The results of this research are expected to provide insight into the factors that influence consumer purchasing decisions for KYT helmets.

Data analysis includes assessing the significance of each variable on purchasing decisions. Competitive prices, attractive product designs, effective promotions, and positive brand images are believed to have a positive impact on consumer purchasing decisions. The implication is that KYT helmet producers in

Sidoarjo can improve their marketing strategy by adjusting prices (X1), improving product design (X2), running effective promotions (X3), and strengthening brand image (X4) to increase consumer purchasing decisions. This study contributes to the understanding of factors influencing consumer purchasing behavior particularly in the helmet industry, helping manufacturers and marketers to design more effective strategies.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, desain produk, promosi, dan citra merek terhadap keputusan pembelian helm KYT di Sidoarjo. Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna helm KYT yang berjumlah 100 pelanggan produk helm KYT.

Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan purposive sampling sedangkan besarnya sampel di peroleh dengan menggunakan rumus lemeshow dan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Uji validitas instrument menggunakan *Pearson Correlation* sedangkan Uji Realibilitas menggunakan *Cronbach alpha*, serta analisis data dilakukan dengan teknik analisis regresi linier berganda melalui perangkat lunak SPSS 26. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa : (1) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian helm KYT di Sidoarjo. (2) Desain Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian helm KYT di Sidoarjo. (3) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian helm KYT di Sidoarjo. (4) Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian helm KYT di Sidoarjo.

Dapat disimpulkan dalam penelitian berhasil memikirkan pengetahuan teoretis umum hubungan antara keputusan pembelian terhadap harga, desain produk, promosi dan citra merek yang dirasakan oleh pelanggan produk helm KYT, yang menghasilkan wawasan multi sektoral yang relevan dan mengisi kesenjangan pengetahuan dikonteks sosial budaya dan ekonomi di daerah sidoarjo. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa: (X1) pengaruh harga, (X2) desain produk, (X3) promosi, dan (X4) citra merek berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan pembelian (Y).

Kata Kunci : Pengaruh harga, desain produk, promosi, citra merek, Keputusan pembelian

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of price, product design, promotion and brand image on purchasing decisions for KYT helmets in Sidoarjo. The sample in this study was KYT helmet users, totaling 100 customers of KYT helmet products.

The sampling technique used purposive sampling while the sample size was obtained using the Lemeshow formula and data collection used a questionnaire. The validity test of the instrument used Pearson Correlation, while the Reliability Test used Cronbach alpha, and data analysis was carried out using multiple linear regression analysis techniques using SPSS 26 software. The results of this research found that: (1) Price has a positive and significant effect on the decision to purchase KYT helmets in Sidoarjo. (2) Product design has a positive and significant influence on the decision to purchase KYT helmets in Sidoarjo. (3) Promotion has a positive and significant effect on the decision to purchase KYT helmets in Sidoarjo. (4) Brand image has a positive and significant effect on the decision to purchase KYT helmets in Sidoarjo.

It can be concluded that the research succeeded in thinking about general theoretical knowledge of the relationship between purchasing decisions on price, product design, promotion and brand image perceived by customers of KYT helmet products, which produces relevant multi-sectoral insights and fills knowledge gaps in the socio-cultural and economic context in the Sidoarjo area. . The research results show that: (X1) the influence of price, (X2) product design, (X3) promotion, and (X4) brand image have a partially significant effect on purchasing decisions (Y).

Keywords: Influence of price, product design, promotion, brand image, purchasing decisions

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH ..	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
RINGKASAN	ix
SUMMARY	xi
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu.....	7
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	9
2.1.1.1 Faktor dalam keputusan pembelian	10
2.1.1.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	15
2.1.2 Pengertian Harga Produk.....	15
2.1.2.1 Faktor Keputusan Harga.....	16
2.1.2.2 Tahap-tahap penentuan harga	17
2.1.2.3 Tujuan Penetapan Harga	18
2.1.2.4 Indikator Harga.....	19
2.1.3 Pengertian Desain Produk	19
2.1.3.1 Pengertian Desain Produk berdasarkan Tujuan dan Fungsinya	20
2.1.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Desain Produk	20
2.1.3.3 Indikator Desain Produk	21
2.1.4 Pengertian Promosi	21
2.1.4.1 Fungsi Promosi	21

2.1.4.2	Tujuan Promosi.....	22
2.1.4.3	Macam-Macam Media Promosi	23
2.1.4.4	Media-media promosi lainnya	24
2.1.4.5	Indikator Promosi	24
2.1.5	Pengertian Citra Merek	25
2.1.5.1	Indikator Citra Merek	25
2.2	Penelitian Terdahulu.....	25
2.3	Hubungan Antar Variabel	31
2.3.1	Hubungan Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.....	31
2.3.2	Hubungan Desain produk Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.3.3	Hubungan Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.3.4	Hubungan Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	
	33	
2.4	Kerangka Konseptual	34
2.5	Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....		35
3.1	Desain Penelitian	35
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian	35
3.3	Jenis dan Sumber Data	35
3.3.1	Jenis Penelitian	35
3.3.2	Sumber Data.....	35
3.4	Populasi dan sampel	35
3.4.1	Populasi	35
3.4.2	Sampel	36
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5.1	Kuesioner	37
3.6	Definisi Variabel dan Definisi Operasional.....	37
3.6.1	Harga (X_1).....	37
3.6.2	Desain Produk (X_2).....	38
3.6.3	Promosi (X_3)	38
3.6.4	Citra Merk (X_4).....	38
3.6.5	Keputusan Pembelian.....	38
3.7	Proses Pengolahan Data	39
3.8	Metode Analisis Data	39
3.8.1	Uji Validitas	39
3.8.2	Uji Reabilitas	40
3.8.3	Uji Statistik Deskriptif	40
3.8.4	Uji Asumsi Klasik.....	40

3.8.5	Uji Hipotesis Statistik Regresi Linier Berganda	42
3.9	Teknik Pengujian Hipotesis	42
3.9.1	Uji Signifikan Parsial (Uji t)	42
3.9.2	Uji F	42
3.9.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	43
BAB IV	ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN	45
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	45
3.4.1	Visi dan Misi Perusahaan	45
3.4.2	Struktur Organisasi dan Tanggung Jawab	46
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	46
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden	47
4.2.2	Karakteristik Berdsarkan Jenis Kelamin	47
4.2.3	Karakteristik Responden Berdsarkan Usia Responden	48
4.3	Analisis Hasil Penelitian	48
4.3.1	Uji Validitas	48
4.3.2	Uji Reabilitas	50
4.3.3	Uji Normalitas	51
4.3.4	Uji Multikolineritas	51
4.3.5	Uji Heteroskedastisitas	52
4.3.6	Uji Autokorelasi	53
4.3.7	Pengujian Asumsi Regresi Linier Berganda	54
4.3.8	Uji T	55
4.3.9	Uji F	55
4.3.10	Uji R^2 (Koefisien Determinasi)	56
4.4	Pembahasan	57
4.3.1	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	57
4.3.2	Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	57
4.3.1	Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	58
4.3.2	Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	59
4.4	Implikasi Penelitian	59
4.6	Keterbatasan Penelitian	60
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	63
5.1	Simpulan	63
5.2	Saran	63
	DAFTAR PUSTAKA	65
	LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index produk Helm Tahun 2021	3
Tabel 1.2 Jumlah presentasi pengguna produk helm di Sidoarjo	4
Tabel 4.3.1 Uji Validitas	48
Tabel 4.3.2 Uji Reabilitas	50
Tabel 4.3.3 Uji Normalitas	51
Tabel 4.3.4 Uji Multikolinieritas	51
Tabel 4.3.5 Uji Heteroskedastisitas	52
Tabel 4.3.6 Uji Autokorelasi	53
Tabel 4.3.7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	54
Tabel 4.3.8 Uji T	55
Tabel 4.3.9 Uji F	55
Tabel 4.3.10 Uji Koefisiensi Determinasi	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Peroses Pengambilan Keputusan.....	15
Gambar 4.1 Logo Prusahaan.....	45
Gambar 4.2 Struktur Perusahaan	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Pengaruh Harga (X^1).....	71
Lampiran Desain Produk (X^2)	72
Lampiran Promosi (X^3)	74
Lampiran Citra Merek (X^4)	75
Lampiran Keputusan Pembelian (Y)	77
Lampiran 1. Kuesioner	80
Lampiran 2. Tabulasi Tanggapan Responden	81
Lampiran 3. Deskriptif	95
Lampiran 4. Validitas	96
Lampiran 5. Normalitas	104
Lampiran 6. Uji Multikolonieritas	104
Lampiran 7. Uji Heteroskedastisitas	105
Lampiran 8. Autokorelasi	105
Lampiran 9. Regresi Linier Berganda.....	105
Lampiran 10. Uji t	106
Lampiran 11. Uji f.....	106
Lampiran 12. Uji Determinasi	106
Lampiran 13. Reabilitas	107
Lampiran 14. Kartu Bimbingan	108
Lampiran 15. Hasil Turnitin	109