

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA SCOOPY

**(Studi Pada Pengguna Sepeda Motor Honda Scoopy Di Kecamatan Driyorejo
Gresik)**



Oleh :

ERICKO FUJI MURGANA

NBI : 1212000077

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

2024

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
HONDA SCOOPY**

**(Studi Pada Pengguna Sepeda Motor Honda Scoopy Di Kecamatan Driyorejo
Gresik)**



Oleh:

Ericko Fuji Murgana

NBI: 1212000077

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

2024

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
HONDA SCOOPY.**

**(Studi Pada Pengguna Sepeda Motor Honda Scoopy Di Kecamatan Driyorejo
Gresik)**

SKRIPSI

Dikirim Untuk Memenuhi Ketentuan Penggunaan

Dapatkan Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Oleh :

Ericko Fuji Murgana

1212000077

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

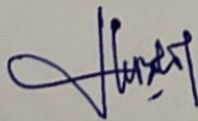
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2024

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ericko Fuji Murgana
NBI : 1212000077
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy (Studi: pada Pengguna Honda Scoopy di Kecamatan Driyorejo Gresik)

Surabaya, 10 Juni 2024
Mengetahui/Menyetujui
Pembimbing



Dr. Ida Ayu Sri Brahmayanti, MM

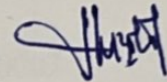
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang 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 13 Juni 2024.

TIM PENGUJI :

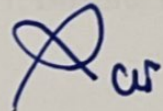
1. Dr. Ida Ayu Sri Brahmayanti, M.M.

- Ketua



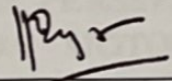
2. Dra. Ec. Ratnaningsih, SY, M.M.

- Anggota



3. Dr. Estik Hari Prastiwi, SE, M.M.

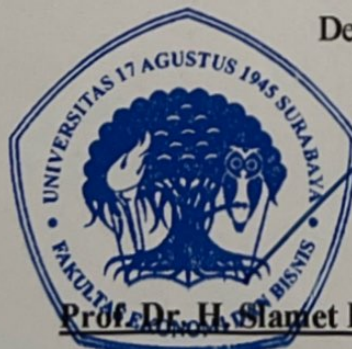
- Anggota



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 | : | Ericko Fuji Murgana |
| 2. NBI | : | 1212000077 |
| 3. Fakultas | : | Ekonomi Dan Bisnis |
| 4. Program Studi | : | Manajemen |
| 5. NIK (KTP) | : | 6209063005020003 |
| 6. Alamat Rumah (KTP) | : | Ds Petiken RT 3, RW 1, Driyorejo,
Gresik. |

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul

“ PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA SCOOPY (Studi Kasus : Pada Pengguna Sepeda Motor Honda Scoopy di Kecamatan Driyorejo Gresik) ”

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 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 15 Juli 2024

Yang membuat



(Ericko Fuji Murgana)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. Semolowaru 45 Surabaya
Telp. 031 593 1800 (ext. 311)
Email: perpustakaan@untag-sby.ac.id

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

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Ericko Fuji Murgana

NBI : 1212000077

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Jenis Karya : Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Praktek

Demi perkembangan ilmu pengetahuan saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Non eksklusif (Nonexclusive Royalti-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul: **"PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA SCOOPY (Studi Pada Pengguna Sepeda Motor Honda Scoopy di Kecamatan Driyorejo Gresik)**

Dengan *Hak Bebas Royalti, Nonexclusive (Nonexclusive Royalti-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 nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada tanggal : 15 Juli 2024

Yang Menyatakan



Ericko Fuji Murgana

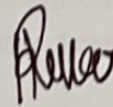
KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan. Program Sarjana Ekonomi dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan. Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya tujukan kepada :

1. Dr. Ida Ayu Sri Brahmayanti MM. selaku Pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan skripsi saya ini.
2. Prof Dr. Mulyanto Nugroho, MM, CMA, CPA. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
4. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si. Selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Seluruh Staff Tata Usaha dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.
6. Kepada ayah, ibu, kakek dan kakak yang selalu ada dan mendukung saya dalam perkuliahan berlangsung dengan memberikan dukungan dan doa agar saya dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu.
7. Terimakasih kepada Anggi Wahyuning selalu percaya pada mimpi-mimpi saya, yang senantiasa selalu memberikan support untuk berani mencoba hal-hal baru.

8. Terima kasih kepada Firmandi, Ricky, Krisna, Dimas, yang menemani saya dari semester awal hingga saya dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu, yang telah mendengarkan seluruh keluh kesah saya, menyemangati saya dan membantu saya dalam hal apapun.
9. Terima kasih kepada teman – teman yang ada di kampus mahasiswa/i yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang turut ada dalam membantu saya mengerjakan skripsi. Dengan segala kekurangan dan kelebihan saya dalam menyusun skripsi, saya menyadari masih banyak kekurangan saya dalam menyusun skripsi, saya menerima dengan terbuka kritik dan saran untuk kebaikan penulisan skripsi saya. Akhir kata semoga skripsi saya dapat membantu beberapa pihak dalam wawasan atau ilmu. Terima kasih.

Surabaya, 10 Juni 2024



Ericko Fuji Murgana

RINGKASAN

Perkembangan dan kemajuan teknologi pada bidang industri otomotif terutama sepeda motor menunjukkan persaingan pasar semakin ketat, sehingga menuntut adanya sistem pemasaran yang semakin baik pada setiap perusahaan. Pada saat ini, kebutuhan akan sepeda motor sangat penting bagi masyarakat mengingat tingginya kemacetan yang ada di jalan raya, sehingga sepeda motor dipilih sebagai salah satu alternatif transportasi untuk mengatasi hal tersebut.

Berdasarkan Data Top Brand, Sepeda Motor Honda Beat menduduki posisi pertama dan menjadi Top Brand untuk kelas sepeda motor matic dengan presentase sebesar 28,0%, kedua sepeda motor scoopy dengan presentase 20,0%, ketiga sepeda motor vario dengan presentase 19,4%, keempat sepeda motor pcx dengan presentase 10,3%, dan terakhir sepeda motor mio dengan presentase 4,6%. Top brand yang diraih berdasarkan banyaknya pembelian yang dilakukan oleh konsumen terhadap masing-masing merek sepeda motor matic Komparasi Brand. Honda sendiri memiliki banyak jenis sepeda yang berbeda-beda. Sepeda Honda Scoopy ini memiliki desain yang modern dan kekokohan mesin yang sudah teruji menjadi faktor terpenting dalam memilih motor matic.

Berada di peringkat dua penjualan sepeda motor dengan kualitas, fitur, dan juga ketangguhan mesin yang dimiliki Honda Scoopy, maka dipandang perlu melakukan penelitian lebih jauh mengenai sepeda motor Honda Scoopy. Terutama dalam hal kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy. Pada suatu proses pembelian, biasanya seseorang mempertimbangkan terlebih dahulu tentang produk apa yang akan dibeli, apa manfaatnya, apa kelebihan dari produk lain sehingga konsumen mempunyai keyakinan untuk mengambil keputusan pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis bagaimana kualitas produk, citra merek dan persepsi harga mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor honda scoopy pada pengguna sepeda motor honda scoopy di kecamatan driyorejo gresik. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner yang diberikan kepada 100 responden yang merupakan pengguna honda scoopy di wilayah tersebut. Dalam pelaksanaannya pada penelitian ini mengambil data primer yaitu dengan menggunakan kuisisioner. Pengujian menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences* versi 26. Dan uji yang digunakan dalam penelitian ini antara lain Uji Instrumen yaitu Uji validitas dan Uji reliabilitas, Uji asumsi klasik yaitu Uji normalitas, uji Multikolinieritas dan Uji Heterokedastisitas, Uji analisis Linier

Berganda dan Koefisien Determinasi sedangkan Uji hipotesis menggunakan Uji T dan Uji F.

Hasil Uji T parsial pada variabel Kualitas Produk menunjukkan besarnya t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $3.091 > 1,660$ dengan nilai signifikan sebesar lebih kecil dari $0,05$ ($0,003 < 0,05$). Hal ini membuktikan bahwa Hipotesis (H1) di terima Dimana berarti bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian. pada Citra Merek menunjukkan besarnya t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $2,274 > 1,660$ dengan nilai signifikan sebesar lebih kecil dari $0,05$ ($0,025 < 0,05$). Hal ini membuktikan bahwa Hipotesis (H2) di terima Di mana berarti bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian. Pada variabel Persepsi Harga menunjukkan besarnya t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $5,033 > 1,660$ dengan nilai signifikan sebesar lebih kecil dari $0,05$ ($0,000 < 0,05$). Hal ini membuktikan bahwa Hipotesis (H3) di terima Di mana berarti bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian.

Dapat disimpulkan bahwa elemen seperti kualitas produk, citra merek dan persepsi harga yang terjaga memainkan peran penting dalam menentukan preferensi pembelian konsumen terhadap Honda Scoopy. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya perusahaan untuk fokus pada strategi pemasaran yang dapat mempertahankan kualitas produk, meningkatkan citra merek, serta mengelola persepsi harga guna mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

SUMMARY

The development and advancement of technology in the automotive industry, especially motorcycles, shows that market competition is getting tighter, thus requiring a better marketing system in every company. At this time, the need for motorcycles is very important for the community considering the high traffic jams on the highway, so motorcycles are chosen as an alternative transportation to overcome this.

Based on Top Brand Data, Honda Beat Motorcycles occupy the first position and become the Top Brand for the automatic motorcycle class with a percentage of 28.0%, second Scoopy motorcycles with a percentage of 20.0%, third Vario motorcycles with a percentage of 19.4%, fourth PCX motorcycles with a percentage of 10.3%, and finally Mio motorcycles with a percentage of 4.6%. Top brands are achieved based on the number of purchases made by consumers for each automatic motorcycle brand Brand Comparison. Honda itself has many different types of bicycles. This Honda Scoopy motorcycle has a modern design and proven engine strength is the most important factor in choosing an automatic motorcycle.

Ranked second in motorcycle sales with the quality, features, and also the toughness of the Honda Scoopy engine, it is deemed necessary to conduct further research on the Honda Scoopy motorcycle. Especially in terms of product quality, brand image, and price perception on the decision to purchase a Honda Scoopy motorcycle. In a purchasing process, usually someone considers in advance what product to buy, what are the benefits, what are the advantages of other products so that consumers have the confidence to make a purchasing decision.

This study aims to prove and analyze how product quality, brand image and price perception influence the decision to purchase a Honda Scoopy motorcycle on Honda Scoopy motorcycle users in the Driyorejo Gresik sub-district. The study was conducted using a questionnaire method given to 100 respondents who were Honda Scoopy users in the area. In its implementation, this study took primary data, namely by using a questionnaire. Testing using Statistical Package for the Social Sciences version 26. And the tests used in this study include Instrument Test, namely Validity Test and Reliability Test, Classical assumption test, namely Normality Test, Multicollinearity test and Heteroscedasticity Test, Multiple Linear Analysis Test and Determination Coefficient while Hypothesis Testing uses T Test and F Test.

The results of the partial T Test on the Product Quality variable show that the t count is greater than the t table, namely $3.091 > 1.660$ with a significant value of less

than 0.05 ($0.003 < 0.05$). This proves that Hypothesis (H1) is accepted, which means that product quality has a significant effect on Purchasing Decisions. on Brand Image shows that the *t* count is greater than the *t* table, namely $2.274 > 1.660$ with a significant value of less than 0.05 ($0.025 < 0.05$). This proves that Hypothesis (H2) is accepted, which means that brand image has a significant effect on Purchasing Decisions. In the Price Perception variable, the *t* count is greater than the *t* table, which is $5.033 > 1.660$ with a significant value of less than 0.05 ($0.000 < 0.05$). This proves that Hypothesis (H3) is accepted. Which means that price perception has a significant effect on Purchasing Decisions.

It can be concluded that elements such as product quality, brand image and maintained price perception play an important role in determining consumer purchasing preferences for the Honda Scoopy. The implication of this study is the importance of companies to focus on marketing strategies that can maintain product quality, improve brand image, and manage price perceptions in order to influence consumer purchasing decisions.

ABSTRAK

Berada di peringkat dua penjualan sepeda motor dengan kualitas, fitur, dan juga ketangguhan mesin yang dimiliki Honda Scoopy, maka dipandang perlu melakukan penelitian lebih jauh mengenai sepeda motor Honda Scoopy. Terutama dalam hal kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy. Pada suatu proses pembelian, biasanya seseorang mempertimbangkan terlebih dahulu tentang produk apa yang akan dibeli, apa manfaatnya, apa kelebihan dari produk lain sehingga konsumen mempunyai keyakinan untuk mengambil keputusan pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis bagaimana kualitas produk, citra merek dan persepsi harga mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor honda scoopy pada pengguna sepeda motor honda scoopy di kecamatan Driyorejo Gresik. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner yang diberikan kepada 100 responden yang merupakan pengguna honda scoopy di wilayah tersebut. Dalam pelaksanaannya pada penelitian ini mengambil data primer yaitu dengan menggunakan kuisisioner. Pengujian menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences* versi 26. Dan uji yang digunakan dalam penelitian ini antara lain Uji Instrumen yaitu Uji validitas dan Uji reliabilitas, Uji asumsi klasik yaitu Uji normalitas, uji Multikolinieritas dan Uji Heterokedastisitas, Uji analisis Linier Berganda dan Koefisien Determinasi sedangkan Uji hipotesis menggunakan Uji T dan Uji F.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan kualitas produk, citra merek dan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda scoopy dikecamatan Driyorejo Gresik.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Ranked second in motorcycle sales with the quality, features, and also the toughness of the Honda Scoopy engine, it is deemed necessary to conduct further research on the Honda Scoopy motorcycle. Especially in terms of product quality, brand image, and price perception on the decision to purchase a Honda Scoopy motorcycle. In a purchasing process, usually someone considers in advance what product to buy, what are the benefits, what are the advantages of other products so that consumers have the confidence to make a purchasing decision.

This study aims to prove and analyze how product quality, brand image and price perception influence the decision to purchase a Honda Scoopy motorcycle on Honda Scoopy motorcycle users in Driyorejo Gresik district. The study was conducted using a questionnaire method given to 100 respondents who were Honda Scoopy users in the area. In its implementation, this study took primary data, namely by using a questionnaire. Testing using Statistical Package for the Social Sciences version 26. And the tests used in this study include Instrument Test, namely Validity Test and Reliability Test, Classical assumption test, namely Normality test, Multicollinearity test and Heteroscedasticity test, Multiple Linear analysis test and Determination Coefficient while Hypothesis testing uses T Test and F Test.

The results of this study indicate that partially and simultaneously product quality, brand image and price perception have a significant effect on purchasing decisions for Honda Scoopy motorcycles in Driyorejo Gresik District.

Keywords: *Product Quality, Brand Image, Price Perception, Purchase Decision*

DAFTAR ISI

COVER LUAR.....	i
COVER DALAM.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT.....	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYAILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
RINGKASAN.....	ix
ABSTRAK	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II.....	7
KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran	7
2.1.2 Pengertian Perilaku Konsumen.....	7
2.1.3 Keputusan Pembelian	8
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	8
2.1.3.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	8
2.1.3.3 Proses Keputusan Pembelian.....	9

2.1.3.4 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	10
2.1.4 Kualitas Produk	11
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Produk	11
2.1.4.2 Indikator Kualitas Produk	11
2.1.4.3 Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	11
2.1.5 Citra Merek	12
2.1.5.1 Pengertian Citra Merek	12
2.1.5.2 Indikator Citra Merek	13
2.1.6 Persepsi Harga	14
2.1.6.1 Pengertian Persepsi Harga	14
2.1.6.2 Metode Penetapan Harga	14
2.1.6.3 Indikator Persepsi Harga	15
2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.3 Hubungan Antar Variabel	17
2.3.1 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	17
2.3.2 Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	18
2.3.3 Hubungan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	18
2.3 Hubungan Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	19
2.4 Kerangka Konseptual	19
2.5 Hipotesis Penelitian	20
BAB III	21
METODE PENELITIAN	21
3.1 Desain Penelitian	21
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	21
3.3 Jenis dan Sumber Data	21
3.4 Populasi dan Sampel	21
3.4.1 Populasi	21
3.4.2 Sampel	22
3.5 Teknik Pengumpulan Data	23

3.5.1 Pengukuran Instrumen	23
3.6 Devinisi Variabel dan Devinisi Operasional.....	23
3.6.1 Variabel	23
3.6.2 Variabel Operasional	24
3.6.3 Kualitas Produk	24
3.6.4 Citra Merek.....	24
3.6.5 Persepsi Harga.....	24
3.6.6 Keputusan Pembelian	25
3.7 Proses Pengelola Data.....	25
3.8 Metode analisa data	26
3.8.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	26
3.8.1.1 Uji Validitas.....	26
3.8.1.2 Uji Reliabilitas	26
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	26
3.8.2.1 Uji Normalitas	26
3.8.2.2 Uji Multikolineraritas.....	27
3.8.2.3 Uji Heterokedastisitas	27
3.8.3 Teknik Pengujian Hipotesis	27
3.8.3.1 Uji T (Uji Secara Parsial)	27
3.8.3.2 Uji F (Uji Secara Simultan)	27
3.8.4 Analisis Data.....	28
3.8.4.1 Analisis Koefisien Persamaan Regresi Linier Berganda.....	28
3.1 Analisis Koefisien Determinasi (Adjusted R ²).....	28
BAB IV.....	31
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	31
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	32
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	32
4.2.2 Karakteristik responden	32
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33

4.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	33
4.2.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Desa.....	34
4.3 Pengujian Instrumen	34
4.3.2 Uji Validitas.....	34
4.3.3 Uji Reliabilitas	36
4.4 Uji Asumsi Klasik	37
4.4.2 Uji Normalitas	37
4.4.3 Uji Multikolinieritas.....	38
4.4.4 Uji Heterokedastisitas	38
4.5 Uji Regresi Linier Berganda.....	39
4.6 Pengujian Hipotesis	40
4.6.2 Uji t (Secara Parsial).....	40
4.6.3 Uji F (Secara Simultan)	41
4.7 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	42
4.8 Pembahasan Hasil Temuan Penelitian	43
4.8.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda Scoopy di Kecamatan Driyorejo Gresik	43
4.8.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Scoopy di Kecamatan Driyorejo Gresik	43
4.8.4 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Honda Scoopy di Kecamatan Driyorejo Gresik	43
4.8.5 Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Honda Scoopy di Kecamatan Driyorejo Gresik	44
4.9 Implikasi Penelitian	44
4.10 Keterbatasan Penelitian.....	44
BAB V	47
PENUTUP	47
5.1 Simpulan.....	47
5.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA.....	49
LAMPIRAN	48

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Top Brand Speda Motor Matic	2
Tabel 3.1 Skala Likert	23
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	33
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Asal Desa	34
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Validitas	35
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	37
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas	38
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	39
Tabel 4.9 Hasil Uji t (Parsial)	41
Tabel 4.10 Hasil Uji F (Simultan)	42
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Total Brand Index Speda Motor Matic	1
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	19
Gambar 4.1 Logo Honda Motor	31
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner	53
Lampiran 2 Karakteristik Responden	59
Lampiran 3 Tabulasi Kuisioner	64
Lampiran 4 Hasil Uji SPSS Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin...	79
Lampiran 5 Hasil Uji SPSS Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	79
Lampiran 6 Hasil Uji SPSS Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Desa	80
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)	80
Lampiran 8 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X2)	81
Lampiran 9 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga (X3)	81
Lampiran 10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	81
Lampiran 11 Hasil SPSS Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X1)	82
Lampiran 12 Hasil SPSS Uji Reliabilitas Citra Merek (X2)	82
Lampiran 13 Hasil SPSS Uji Reliabilitas Persepsi Harga (X3)	82
Lampiran 14 Hasil SPSS Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	83
Lampiran 15 Hasil Uji Normalitas	83
Lampiran 16 Hasil Uji Multikolinieritas	83
Lampiran 17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	84
Lampiran 19 Hasil Uji F (Simultan)	84
Lampiran 20 Hasil Uji t (Parsial)	84
Lampiran 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	85
Lampiran 22 Kartu Bimbingan	86
Lampiran 23 Hasil Turnitin	87