

**PENGARUH HARGA DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR NMAX  
DI KECAMATAN PASAR KEMIS  
KABUPATEN TANGERANG**



**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)

Disusun Oleh:

NAMA : **AHMAD RIFA'I**  
NIM : 1816120054  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
PUTRA PERDANA INDONESIA  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
TANGERANG  
2023**

## LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : **AHMAD RIFA'I**  
NIM : 1816120054  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh harga dan *brand image* terhadap keputusan pembelian sepeda motor NMAX di kecamatan pasar kemis kabupaten tangerang.

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat ataupun jiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia dan Undang-undang Pendidikan Republik Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Tange  
per 2023



## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : AHMAD RIFA'I  
NIM : 1816120054  
Program Studi : MANAJEMEN STRATA SATU (S1)  
Jenjang : STRATA SATU (S1)  
Judul Skripsi : Pengaruh harga dan *brand image* terhadap keputusan pembelian sepeda motor NMAX di kecamatan pasar kemis kabupaten tangerang.

Telah disetujui dan diterima baik oleh pembimbing skripsi guna melengkapi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia.

Tangerang, 22 September 2023

Disetujui Oleh:

Ketua Program Studi

Dosen Pembimbing



**Bagus Caesar Sukmayuda, M.M.**



**Andrean Eko Haryoko, S.E., M.M**

## LEMBAR PENGESAHAN PENELITIAN SKRIPSI

NAMA : AHMAD RIFA'I  
NIM : 1816120054  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN  
JENJANG : STRATA SATU (S1)  
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh harga dan *brand image* terhadap keputusan pembelian sepeda motor NMAX di kecamatan pasar kemis kabupaten tangerang.

Telah dinyatakan lulus ujian skripsi pada tanggal 22 September 2023 sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen dihadapan Tim Penguji di bawah ini.

Pembimbing



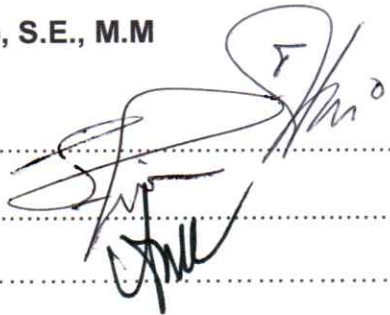
**Andrean Eko Haryoko, S.E., M.M**

Tim Penguji:

Ketua: Toni Suhara, M.M .....

Anggota: 1. Drs. Satrias Djamaran, S.E., M.M.....

2. Andrean Eko Haryoko, S.E., M.M .....



Disahkan pada tanggal 22 September 2023  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi  
PPI Ketua,



**Dr. H. Juanda, S.E., S.H., M.M.**

## ABSTRAK

AHMAD RIFA'I, 1816120054

### **PENGARUH HARGA DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR NMAX DI KECAMATAN PASAR KEMIS KABUPATEN TANGERANG.**

Skripsi. Program Studi Manajemen 2023

Kata kunci: Harga, *Brand Image*, Keputusan Pembelian  
(xii + 99 + lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh Pengaruh harga dan *brand image* terhadap keputusan pembelian sepeda motor NMAX di kecamatan pasar kemis kabupaten tangerang.

Jumlah responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden dengan kriteria yang telah ditentukan. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan sampel jenuh. Dan penelitian ini menggunakan analisis data dengan menggunakan SPSS Versi 23. Adapun teknik pengujian data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji validitas, reliabilitas, normalitas, analisis korelasi parsial, koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji regresi linear berganda dan uji hipotesis (uji T dan F). Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan brand image terhadap keputusan pembelian. Dari hasil uji t parsial untuk variabel harga (X1) diperoleh  $t_{hitung} = 4.004 > t_{tabel} = 1.660$  maka  $H_0 =$  ditolak dan  $H_a =$  diterima. Jadi terdapat pengaruh harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) pada pembelian sepeda motor NMAX di kecamatan pasar kemis kabupaten tangerang. Persentase harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 33.4% dilihat dari kolom *standardized coefficients beta*. Serta hasil uji t parsial *brand image* (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) diperoleh  $t_{hitung} = 5.295 > t_{tabel} = 1.660$  maka  $H_0 =$  ditolak dan  $H_a =$  diterima. Jadi terdapat pengaruh *brand image* (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) sepeda motor NMAX di kecamatan pasar kemis kabupaten tangerang. Persentase *brand image* (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 44.1% dilihat dari kolom *standardized coefficients beta*, untuk hasil uji F variabel harga (X1) dan *brand image* (X2) diperoleh  $F_{hitung} = 688.225 > F_{tabel} = 3.09$  maka  $H_0 =$  ditolak dan  $H_a =$  diterima. Jadi terdapat pengaruh harga (X1) dan *brand image* (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) sepeda motor NMAX di kecamatan pasar kemis kabupaten tangerang. Persentase pengaruh harga (X1) dan *brand image* (X2) Terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 41.1% sedangkan sisanya 58.9% dipengaruhi oleh faktor lain.

## KATA PENGANTAR

Alkhamdulillah segala puja dan puji serta syukur, saya penjatkan kepada Allah SWT atas rahmat-Nyalah sehingga saya dapat dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “PENGARUH HARGA DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR NMAX DI KECAMATAN PASAR KEMIS KABUPATEN TANGERANG” ini dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada jurusan Manajemen STIE PPI Citra Raya Tangerang

Pada kesempatan ini saya hendak menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materil sehingga proposal penelitian ini dapat selesai. Ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H Juanda, S.E, S.H, M.M.Selaku ketua yayasan sekolah ilmu ekonomi putra perdana indonesia (STIE PPI) Tangerang.
2. Bapak Bagus Caesar Sukmayuda, M.M. Selaku ketua prodi manajemen sekolah ilmu ekonomi putra perdana indonesia (STIE PPI) Tangerang
3. Bapak Andrean Eko Haryoko, S.E, M.M Selaku dosen pembimbing
4. Segenap pimpinan shorum yamaha yang telah memeberikan kesempatan kepada saya untuk melakukan penelitian seputaran MSDM dan produksi serta data yang saya dapatkan

5. Segenap Dosen PPI yang telah membrikan pembelajaran selama mengikuti perkuliahan di STIE PPI Citra Raya Tangerang
6. Seluruh staff STIE PPI Yang telah memberikan pelayanan dalam menunjang dalam proses pembelajaran di STIE PPI.
7. Orang tua saya serta saudara saudara kandndung saya yang telah memberikan do'a dorongan dan semangatnya tiada henti
8. Teman-teman satu angkatan ,teman-teman sekelas,seperjuangan yang telah berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan proposal penelitian ini.

Meskipun telah berusaha menyelesaikan proposal penelitian ini sebaik mungkin, saya menyadari bahwa proposal penelitian ini masih ada kekurangan .oleh karna itu, saya mengharaokan keritik dan saran yang membangun dari pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan proposal penelitian ini.

Demikian kata pengantar yang saya buat, saya berharap semoga proposal ini berguna bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Tangerang, 22 September 2023

**( AHMAD RIFA'I )**

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Lembar Pernyataan Skripsi .....	ii
Lembar Persetujuan Skripsi .....	iii
Lembar Pengesahan Penelitian Skripsi .....	iv
Abstrak .....	v
Kata Pengantar .....	vi
Daftar Isi .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Batasan Masalah .....	5
C. Rumusan Masalah .....	6
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Harga .....	9
B. <i>Brand Image</i> .....	17
C. Keputusan Pembelian .....	24
D. Kerangka Berfikir .....	31
E. Hipotesis .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	35
B. Jenis Dan Sumber Data .....	36
C. Metode Pengumpulan Data .....	37
D. Populasi Dan Sampel .....	39
E. Definisi Oprasional Variabel Penelitian .....	42
F. Teknik Analisis Data .....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Sejarah Singkat Dealer Yamaha .....	55



B. Deskripsi Data Penelitian .....	59
C. Deskripsi Data Variabel .....	62
D. Analisis Hasil Penelitian .....	78
E. Pembahasan .....	95
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan .....	98
B. Saran .....	99
Daftar Pustaka	
Daftar Lampiran	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Perbedaan NMAX Dan PCX .....	3
Tabel 3.1 Skala Likert .....	39
Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian .....	44
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	51
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	60
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	61
Tabel 4.4 Pernyataan X1.1 .....	62
Tabel 4.5 Pernyataan X1.2 .....	63
Tabel 4.6 Pernyataan X1.3 .....	63
Tabel 4.7 Pernyataan X1.4 .....	64
Tabel 4.8 Pernyataan X1.5 .....	64
Tabel 4.9 Pernyataan X1.6 .....	65
Tabel 4.10 Pernyataan X1.7 .....	65
Tabel 4.11 Pernyataan X1.8 .....	66
Tabel 4.12 Pernyataan X1.9 .....	66
Tabel 4.13 Pernyataan X1.10 .....	67
Tabel 4.14 Pernyataan X2.1 .....	68
Tabel 4.15 Pernyataan X2.2 .....	68
Tabel 4.16 Pernyataan X2.3 .....	69
Tabel 4.17 Pernyataan X2.4 .....	69
Tabel 4.18 Pernyataan X2.5 .....	70
Tabel 4.19 Pernyataan X2.6 .....	70
Tabel 4.20 Pernyataan X2.7 .....	71
Tabel 4.21 Pernyataan X2.8 .....	72
Tabel 4.22 Pernyataan X2.9 .....	72
Tabel 4.23 Pernyataan X2.10 .....	73
Tabel 4.24 Pernyataan Y.1 .....	73
Tabel 4.25 Pernyataan Y.2 .....	74
Tabel 4.26 Pernyataan Y.3 .....	74
Tabel 4.27 Pernyataan Y.4 .....	75
Tabel 4.28 Pernyataan Y.5 .....	75
Tabel 4.29 Pernyataan Y.6 .....	76
Tabel 4.30 Pernyataan Y.7 .....	76
Tabel 4.31 Pernyataan Y.8 .....	77
Tabel 4.32 Pernyataan Y.9 .....	77
Tabel 4.33 Pernyataan Y.10 .....	78
Tabel 4.34 Validitas Harga (X1) .....	79

Tabel 4.35 Validitas <i>Brand Image</i> (X2) .....	80
Tabel 4.36 Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	81
Tabel 4.37 Reliabilitas Harga (X1) .....	82
Tabel 4.38 Reliabilitas <i>Brand Image</i> (X2) .....	83
Tabel 4.39 Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	83
Tabel 4.40 Uji Kolmogorov-Smirnov .....	86
Tabel 4.41 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	87
Tabel 4.42 Uji Korelasi Parsial .....	88
Tabel 4.43 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	89
Tabel 4.44 Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	90
Tabel 4.45 Uji Hipotesis T .....	92
Tabel 4.46 Uji F .....	94

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	32
Gambar 4.1 Struktur Dealer Yamaha.....	58
Gambar 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
Gambar 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	61
Gambar 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
Gambar 4.5 Uji Normalitas P-P Plot.....	84
Gambar 4.6 Uji Normalitas Histogram.....	85