

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR
YAMAHA VIXION PADA MASYARAKAT
KECAMATAN CIKUPA**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Strata Satu (S1)

Di susun Oleh:

Nama : Jason Fikrie

NIM : 1916120165

Program Studi : Manajemen

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

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama : JASON FIKRIE

NIM : 1916120165

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Vixion Pada Masyarakat Kecamatan Cikupa

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus 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 di paksakan.

Tangerang, 23 Juni 2023



(Jason Fikrie)

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : JASON FIKRIE
NIM : 1916120165
JURUSAN : MANAJEMEN
JENJANG : SETARA SATU (S1)
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Vixion Pada Masyarakat Kecamatan Cikupa

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

Tangerang, 23 Juni 2023

Disetujui oleh :

Ketua Program Studi

Dosen Pembimbing



Bagus Caesar Sukma Yuda, S.E., M.M



Andrian Eko Haryoko, S.E., M.M.

TANDA PENGESAHAN PENELITIAN SKRIPSI

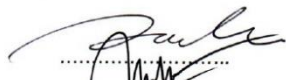
NAMA : JASON FIKRIE
NIM : 1916120165
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JENJANG : STARA SATU (S1)
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Pengaruh Kualitas Produk Dan
Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian
Motor Yamaha Vixion Pada Masyarakat
Kecamatan Cikupa

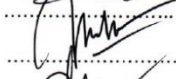
Telah dinyatakan lulus ujian skripsi pada tanggal, 15 September 2023
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di
hadapan tim penguji di bawah ini :

Pembimbing


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

Tim penguji :

Ketua : Lod Sulivyo, S.E., M.M. 

Anggota : 1. La Ode M. Nafsahu, S.E., M.M. 

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

Disahkan pada tanggal, 20 September 2023

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia



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

ABSTRAK

JASON FIKRIE, 1916120165

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR YAMAHA VIXION PADA MASYARAKAT KECAMATAN CIKUPA.

SKRIPSI : Program Studi Manajemen 2023

Kata Kunci : Kualitas Produk, Brand Image Dan Keputusan Pembelian

(xiii + + Lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Vixion Pada Masyarakat Kecamatan Cikupa. Sampel yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah non probability sampling dengan menggunakan metode purposive sampling. Dalam penelitian ini analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS Versi 25. Sedangkan teknik pengujian data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis korelasi parsial, koefisien determinasi, analisis regresi berganda, dan pengujian hipotesis (uji t dan uji F), hasil penelitian dengan analisis regresi berganda baik secara parsial maupun simultan terdapat pengaruh variabel Kualitas Produk (X1) dan Brand Image (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Motor Yamaha Vixion Pada Masyarakat Kecamatan Cikupa. Pernyataan tersebut diperoleh berdasarkan nilai R^2 (R Square) = 0,443 yang berarti bahwa 44,3 % pengaruh variabel kualitas produk (X1) dan brand image (X2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y), sedangkan sisanya sebesar 55,7% dipengaruhi oleh faktor lain (100% - 44,3%) yang tidak diteliti oleh peneliti, seperti lokasi, loyalitas pelanggan, merek dll.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan karuniaNya sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Vixion Pada Masyarakat Kecamatan Cikupa”**.

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program sarjan (S1) pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada kedua orang tua saya yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus tak pamrih.

Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula vii penghargaan yang setinggi-tingginya dan terimakasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Dr. H.Juanda, S.E., S.H., M.M. Selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia (STIE PPI) Tangerang.
2. Bapak Satrias Djamaran, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE PPI.
3. Bapak Andrean Eko Haryoko, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing dalam penulisan skripsi ini.
4. Segenap dosen STIE PPI yang telah memberikan pembelajaran selama mengikuti perkuliahan di STIE PPI.
5. Seluruh staff STIE PPI yang telah memberikan pelayanan dalam menunjang proses pembelajaran di STIE PPI.

6. Seluruh keluarga saya terutama pada Ayah Ahmad Nawawi dan Ibu Siti Rohana yang tak henti-hentinya mendo'akan saya, memberi dukungan dan menjadi penyemangat selama penyusunan skripsi ini.
7. Terima kasih kepada teman-teman saya terutama sahabat saya Paska Kidron Nababan, Farid Jihad Karuniawan. S.M., Yogi Firdaus, Juliyanto Putra Pratama, Aditya Wijaya, Egi Rismawan, Agung Abdul Muluk, Ahmad Jumadi, dan sahabat-sahabat tim Brother Manajemen Fc, serta teman-teman dari semester 1-7 manajemen kelas shift yang tidak bisa saya sebut satu persatu yang sudah menemani dan membantu penulis dalam proses perkuliahan selama ini.
8. Serta teman-teman yang telah membantu dan menyemangati dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini pada waktunya.

Tidak lupa kepada teman-teman yang sudah membantu serta sharing tentang skripsi ini sehingga dapat selesai tepat pada waktunya. Penulis menyadari bahwa penulisan penelitian ini kurang sempurna, oleh karena itu, penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun dari pembaca. Penulis juga berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca, penulis senang tiasa mengharapkan saran dan ktitiknya demi kesempurnaan skripsi ini. Mudah-mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Tangerang, 23 Juni 2023



Jason Fikrie

DAFTAR ISI

Halaman judul.....	
Lembar Pernyataan	i
Lembar Persetujuan Skripsi.....	ii
Lembar Pengesahan Penelitian Skripsi.....	iii
Abstrak.....	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan.....	8

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pengertian Kualitas Produk.....	10
B. Pengertian Brand Image	21
C. Pengertian Keputusan Pembelian.....	29
D. Kerangka Berfikir.....	45
E. Hipotesis	46

BAB III METEDOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	50
B. Jenis Dan Sumber Data	51
C. Metode Pengumpulan Data.....	53
D. Populasi Dan Sample.....	54
E. Variable Penelitian	56
F. Operasional Variabel Penelitian	57
G. Teknik Analisis Data.....	60

BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambar Umum Objek Penelitian.....	68
B. Deskripsi Data Penelitian	72
C. Distribusi Data Angket Penelitian	76
D. Deskripsi Data Variabel	94
E. Analisis Hasil Penelitian	103
F. Pembahasan	109

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	114
B. Saran.....	115

Daftar Pustaka

Daftar Lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Profil Kualitas Produk.....	3
Tabel 1.2 Profil Brand Image	4
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	58
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi Interval	65
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	75
Tabel 4.2 Karakteristik Usia Responden.....	76
Tabel 4.3 Karakteristik Pendidikan Responden	77
Tabel 4.4 Presentase Jawaban Responden Terhadap X1.1.....	78
Tabel 4.5 Presentase Jawaban Responden Terhadap X1.2.....	79
Tabel 4.6 Presentase Jawaban Responden Terhadap X1.3.....	79
Tabel 4.7 Presentase Jawaban Responden Terhadap X1.4.....	80
Tabel 4.8 Presentase Jawaban Responden Terhadap X1.5.....	80
Tabel 4.9 Presentase Jawaban Responden Terhadap X1.6.....	81
Tabel 4.10 Presentase Jawaban Responden Terhadap X1.7.....	81
Tabel 4.11 Presentase Jawaban Responden Terhadap X1.8.....	82
Tabel 4.12 Presentase Jawaban Responden Terhadap X1.9	82
Tabel 4.13 Presentase Jawaban Responden Terhadap X1 10.....	83
Tabel 4.14 Presentase Jawaban Responden Terhadap X2 1	84
Tabel 4.15 Presentase Jawaban Responden Terhadap X2 2	84

Tabel 4.16 Presentase Jawaban Responden Terhadap X2.3.....	85
Tabel 4.17 Presentase Jawaban Responden Terhadap X2.4.....	86
Tabel 4.18 Presentase Jawaban Responden Terhadap X2.5.....	86
Tabel 4.19 Presentase Jawaban Responden Terhadap X2.6.....	87
Tabel 4.20 Presentase Jawaban Responden Terhadap X2.7.....	87
Tabel 4.21 Presentase Jawaban Responden Terhadap X2.8.....	88
Tabel 4.22 Presentase Jawaban Responden Terhadap X2.9.....	88
Tabel 4.23 Presentase Jawaban Responden Terhadap X2.10.....	89
Tabel 4.24 Presentase Jawaban Responden Terhadap Y.1.....	90
Tabel 4.25 Presentase Jawaban Responden Terhadap Y.2.....	91
Tabel 4.26 Presentase Jawaban Responden Terhadap Y.3.....	91
Tabel 4.27 Presentase Jawaban Responden Terhadap Y.4.....	92
Tabel 4.28 Presentase Jawaban Responden Terhadap Y.5.....	92
Tabel 4.29 Presentase Jawaban Responden Terhadap Y.6.....	93
Tabel 4.30 Presentase Jawaban Responden Terhadap Y.7.....	94
Tabel 4.31 Presentase Jawaban Responden Terhadap Y.8.....	94
Tabel 4.32 Presentase Jawaban Responden Terhadap Y.9.....	95
Tabel 4.33 Presentase Jawaban Responden Terhadap Y.10.....	95
Tabel 4.34 Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)	97
Tabel 4.35 Validitas Variabel Brand Image (X2)	98
Tabel 4.36 Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	100
Tabel 4.37 Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X1).....	102

Tabel 4.38 Reliabilitas Variabel Brand Image (X2)	102
Tabel 4.39 Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	103
Tabel 4.40 Analisis Korelasi Parsial.....	106
Tabel 4.41 Koefisien Determinasi (Model Summary).....	107
Tabel 4.42 Analisis Regresi Linier Berganda (Coefficients)	108
Tabel 4.43 Hasil Uji t_{hitung}	109
Tabel 4.44 Tabel Uji F (ANOVA)	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	47
Gambar 4.1 Vixion Generasi Pertama	71
Gambar 4.2 Vixion Generasi Kedua	72
Gambar 4.3 Vixion Generasi Ketiga.....	74
Gambar 4.4 Jenis Kelamin Responden	75
Gambar 4.5 Usia Responden.....	76
Gambar 4.6 Pendidikan Responden	77
Gambar 4.7 Uji Normalitas.....	104
Gambar 4.8 Histogram Normalitas.....	105