

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN SKUTIK
HONDA VARIO DI DEALER CENDANA MOTOR CEPIRING KENDAL**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat guna menyelesaikan studi akhir
dan untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas
Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang**



Oleh

Nama : Wahyu Arika Setyawati
NIM : 17.05.51.0019
Program Studi : S1 Manajemen

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS STIKUBANK (UNISBANK)**

SEMARANG

2021

PERNYATAAN KESIAPAN UJIAN AKHIR

Saya WAHYU ARIKA SETYAWATI, dengan ini menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir yang berjudul :

PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN SKUTIK HONDA VARIO DI DEALER CENDANA MOTOR CEPIRING KENDAL

adalah benar hasil karya saya dan belum pernah diajukan sebagai karya ilmiah sebagian atau seluruhnya atau pihak lain.

WAHYU ARIKA SETYAWATI
17.05.51.0019

Ditandatangani Oleh Pembimbing

Kami setuju laporan tersebut diajukan untuk Ujian Tugas Akhir
Semarang, 17 Juli 2021

Des. BOKH EDDY PRABOWO, MS
Pembimbing



Dokumen ini diterbitkan secara elektronik.
Isuerna QRCode untuk validasi.

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul
**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN SKUTIK HONDA VARIO DI DEALER
CENDANA MOTOR CEPIRING KENDAL**

Ditulis oleh
NIM : **17.05.51.0019**
Nama : **WAHYU ARIKA SETYAWATI**

Telah dipertahankan di depan Tim Dosen Penguji Tugas Akhir dan diterima sebagai salah satu syarat
guna menyelesaikan Jenjang Program S1 Program Studi pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.

Semarang, 23-08-2021
Ketua



(ROKH EDDY PRABOWO, DRS. MSi)
NIDN. 0026125911

Sekretaris



(BAMBANG SUTEDJO, DRS., M.M)
NIDN. 0628036101

Anggota



(ALI MASKUR, SE., M.KOM)
NIDN. 0618076401

Mengetahui,
Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang
Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Dekan



(EUIS SOLIHA, Dr., S.E., M.Si)
NIDN. 0027037101



Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan Digisign Unisbank. Untuk memastikan keasliannya, silahkan scan QRCode dan pastikan diarahkan ke alamat <https://digisign.unisbank.ac.id>
1/1

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR/ SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa TUGAS AKHIR / SKRIPSI dengan Judul :

PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN SKUTIK HONDA VARIO DI DEALER CENDANA MOTOR CEPERING KENDAL

yang telah diuji di depan tim penguji pada tanggal 30-07-2021, adalah benar hasil karya saya dan dalam TUGAS AKHIR /SKRIPSI ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik TUGAS AKHIR / SKRIPSI yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri.

Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah saya yang telah diberikan oleh Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang batal saya terima.

Semarang, 30-07-2021

Yang Menyatakan



WAHYU ARIKA SETYAWATI

NIM. 17.05.51.0019

SAKSI 1
Tim Penguji



(ROKHEDDY PRABOWO, DRS., M.Si)

SAKSI 2
Tim Penguji



(BAMBANG SUTEDJO, DRS., M.M)

SAKSI 3
Tim Penguji



(ALI MASKUR, SE., M.KOM)



Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan Digisign Unisbank. Untuk memastikan keasliannya, silahkan scan QRCode dan pastikan diarahkan ke alamat <https://digisign.unisbank.ac.id>
1/1

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran ALLAH SWT yang senantiasa memberikan kelimpahan rahmat dan hidayah-Nya kepada saya, keluarga, saudara-saudara dan teman-temanku. Karya ilmiah ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya Bapak Sodikin dan Ibu Kastamah yang telah melahirkan dan senantiasa mendoakan saya agar selalu diberikan kemudahan dalam menjalani hidup.
2. Drs. Rokh Eddy Prabowo, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi.
3. Muhammad Yusril Ihza dan adik saya Aulia Wahyu Yulianti yang telah menemani dan membantu selama mengerjakan skripsi ini. Terima kasih sudah menjadi yang terbaik.
4. Sahabat-sahabat dan teman-teman saya: Dwi, Dyna, Dhini, Fauzizah, Yayang, Sonia, Musyayadatu, Yuyun yang memberikan semangat dan bantuan dalam segala hal. Semoga kita bisa sukses bersama.
5. Teman-teman Manajemen 2017 yang saling mendukung satu sama lain, terima kasih juga atas kebersamaan, kerjasama yang baik dan memberikan tambahan bekal ilmu yang bermanfaat. Semoga kita bisa sukses bersama.
6. Pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu per-satu, atas segala dukungan dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi segala pihak yang berkepentingan.

(Wahyu Arika Setyawati)

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”

(Q.S Al-Insyirah: 5-6)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya.”

(Q.S Al-Baqarah:286)

“Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.”

(Q.S Ar Ra'd: 11)

ABSTRAK

Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Skutik Honda Vario di Dealer Cendana Motor Cepiring Kendal

Wahyu Arika Setyawati

17.05.51.0019

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Promosi terhadap keputusan pembelian pada konsumen skutik Honda Vario di Dealer Cendana Motor Cepiring Kendal. Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen Honda Vario. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 98 yang disebarkan secara langsung kepada konsumen Honda Vario di Dealer Cendana Motor Cepiring Kendal. Untuk mendapatkan data primer di dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan data sekunder diperoleh dengan melalui penelusuran literature. Teknik penelitian yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Pengujian ini dilakukan dengan beberapa uji instrument, uji regresi berganda, uji hipotesis. Pada hasil penelitian ini membuktikan bahwa Citra Merek berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Persepsi Harga dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Citra Merek, Persepsi Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The Influence of Brand Image, Price Perception, and Promotion on Purchase Decisions on Consumers of Honda Vario Scooters at Dealer Cendana Motor Cepiring Kendal

Wahyu Arika Setyawati

17.05.51.0019

This study was conducted to determine the effect of Brand Image, Price Perception, and Promotion on purchasing decisions on customers Honda Vario scooter at the Dealer Cendana Motor Cepiring Kendal. This research was conducted on customers of Honda Vario consumers at the Dealer Cendana Motor Cepiring Kendal. To obtain primary data in this study a questionnaire and secondary data obtained through a literature search. The research technique used is purposive sampling. This test was carried out with several instrument tests, multiple regression tests, and hypothesis testing. The results of this study prove that Brand Image has no significant positive effect on purchasing decisions. Price Perception and Promotion have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords : Brand Image, Price Perception, Promotion and Purchase Decisions

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Skutik Honda Vario di Dealer Cendana Motor Cepiring Kendal”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar Sarjana Manajemen Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.

Pada kesempatan yang sangat mengharukan ini, Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada beliau yang tersebut di bawah ini atas segala bentuk dukungan; khususnya dalam penyelesaian skripsi ini.

1. Dr. Safik Faozi, S.H., M. Hum selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang.
2. Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.
3. Sri Sudarsi, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.
4. Drs. Rokh Eddy Prabowo, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi.
5. Segenap dosen dan staf karyawan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang
6. Kedua orang tua yang telah memberikan doa, dan dukungan untuk kelancaran penyusunan skripsi ini

7. Adik dan juga pacar saya yang selalu membantu dan memberikan doa untuk kelancaran penyusunan skripsi ini
8. Seluruh teman S1 Manajemen angkatan 2017

Semarang,

Penyusun

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Wahyu Arika Setyawati' in a stylized, cursive script.

Wahyu Arika Setyawati

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, PENELITIAN EMPIRIS, DAN HIPOTESIS	8
2.1 Pemasaran.....	8
2.2 Manajemen pemasaran	9
2.3 Bauran Pemasaran	10
2.4 Perilaku Konsumen	11
2.4.1 Model Perilaku Konsumen	12
2.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	14

2.5 Keputusan Pembelian	17
2.1.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	18
2.1.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	20
2.6 Citra merek	21
2.6.1 Manfaat Merek.....	22
2.6.2 Tolak Ukur Citra Merek	23
2.6.3 Indikator Citra Merek	25
2.7 Persepsi Harga	25
2.7.1 Tujuan Penetapan Harga.....	27
2.7.2 Indikator Persepsi Harga.....	27
2.8 Promosi.....	28
2.8.1 Tujuan Promosi.....	29
2.8.2 Indikator Promosi	30
2.9 Penelitian Empiris	31
2.10 Pengembangan Hipotesis	35
2.10.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.10.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	36
2.10.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan pembelian	37
2.11 Model Grafis.....	38
2.12 Model Matematis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Objek Penelitian	39
3.2 Populasi dan Sampel	39

3.2.1 Populasi	39
3.2.2 Sampel	39
3.3 Jenis dan Teknik Pengambilan Data	40
3.3.1 Jenis Data.....	40
3.3.2 Teknik Pengambilan Data.....	41
3.4 Definisi Konsep Operasional.....	41
3.5 Analisis Deskriptif.....	41
3.5.1 Deskripsi Responden	43
3.5.2 Deskripsi Variabel	44
3.6 Uji Instrumen.....	44
3.6.1 Uji Validitas.....	44
3.6.2 Uji Reliabilitas	45
3.7 Metode Analisis Data	45
3.7.1 Analisis Regresi Berganda.....	45
3.8 Uji Model	46
3.8.1 Uji F	46
3.8.2 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	46
3.8.3 Uji Hipotesis (Uji-T).....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Identitas Responden	48
4.2 Hasil Deskripsi Responden	49
4.3 Hasil Deskripsi Variabel Penelitian	50
4.4 Pengujian Instrumen.....	52

4.4.1 Hasil Uji Validitas.....	52
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	54
4.5 Uji Kesesuaian Model	54
4.5.1 Uji Simultan (Uji F)	54
4.5.2 Koefisien Determinasi	55
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
4.7 Uji Hipotesis.....	57
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN IMPLIKASI.....	62
5.1 Simpulan.....	62
5.2 Keterbatasan Penelitian	63
5.3 Implikasi	64
5.4 Agenda Penelitian.....	65
5.5 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan skutik Honda Semester 1 Tahun 2018-2020	2
Tabel 1.2 Penjualan Skutik Honda Tahun 2018-2020	3
Tabel 1.3 Daftar Harga Skutik di Dealer Cendana Motor Cepiring Kendal ..	4
Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3.1 Definisi Konsep dan Operasional	41
Tabel 4.1 Rekap Hasil Kuesioner.....	48
Tabel 4.2 Identitas Responden	49
Tabel 4.3 Hasil Deskripsi Variabel Penelitian	50
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian.....	52
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	13
Gambar 2.2 Proses Pengambilan keputusan	18
Gambar 2.3 Model Grafis	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Bebas Plagiasi	71
Lampiran 2 Lembar Bimbingan	75
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian	76
Lampiran 4 Tabulasi Identitas Responden	80
Lampiran 5 Tabulasi Data Jawaban Responden	93
Lampiran 6 Deskripsi Identitas Responden	109
Lampiran 7 Deskripsi Variabel	113
Lampiran 8 Uji Validitas	120
Lampiran 9 Uji Reliabilitas	125
Lampiran 10 Hasil Regresi, Uji F, Uji t	128