

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN, CITRA MEREK, DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOTOR HONDA SCOOPY
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)**



SKRIPSI

DIANSIS CHANDRA JUNIOR

2002010387

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN, CITRA MEREK, DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOTOR HONDA SCOOPY
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen.

DIANSIS CHANDRA JUNIOR

2002010387

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN, CITRA MEREK, DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOTOR HONDA SCOOPY**

(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen

DIANSIS CHANDRA JUNIOR

2002010387

Diperiksa dan Disetujui Oleh:

Pembimbing



Dr. Muchammad Agung Miftahuddin, SE., M. Si

NIK. 2160159

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya bertanda tangan di bawah ini;

Nama : Diansis Chandra Junior
NIM : 2002010387
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 13 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan



Diansis Chandra Junior

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh;

Nama : Diansis Chandra Junior
NIM : 2002010387
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Desain, Citra Merek,
Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan
Pembelian Motor Honda Scoopy
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah
Purwokerto)

telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Dosen Pembimbing : Dr. M. Agung Miftahuddin, SE., M.Si ()

Penguji 1 : Restu Frida Utami, S.E., M.Si ()

Penguji 2 : Meydy Fauziridwan, S.M.B, MM ()

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 13 Agustus 2024

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si.
NIK. 2160187

MOTTO

"Jadilah baik. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik."

Q.S Al Baqarah: 195

“Orang yang pandai bersyukur, membuatnya merasa cukup dengan yang dimilikinya.”



PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.

Dengan penuh kerendahan hati, saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Yang pertama untuk kedua orang tua saya, Bapak Sudiyanto dan Ibu Siska Indira Wardani berterima kasih yang sebesar – besarnya karena selalu memberikan dukungan materil, memberikan semangat dan motivasi serta memberikan doa yang tiada hentinya untuk saya;
2. Terima kasih kepada kakak saya Siga dan Sigi yang telah memberikan motivasi kepada saya;
3. Teman – teman seperjuangan penulis Dhui, Fandy, Faudzan, Tama, Aldi, Fani yang telah memberikan dukungan dan selalu membantu saya dalam menyelesaikan tugas skripsi ini;
4. Serta teman – teman satu angkatan 2020 Manajemen FEB UMP. terima kasih telah berproses bersama dan yang telah berperan secara langsung di bangku kuliah.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Assoc. Prof. Dr. Jebul Suroso, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto;
2. Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, M.Si. selaku Dekan FEB yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya;
3. Drs. Suyoto, M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya;
4. Dr. M. Agung Miftahuddin, SE.,M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
5. Restu Frida Utami, S.E., M.Si., yang telah memberikan kritik, saran, berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai sarjana manajemen,
6. Meydy Fauziridwan, S.M.B, MM., yang telah memberikan kritik, saran dan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai sarjana manajemen;
7. Tidak lupa saya ucapkan terimakasih kepada petugas Tata Usaha Manajemen S1;

Akhir kata, semoga Allah SWT memberikan balasan atas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga karya ilmiah konversi ke skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Purwokerto, 13 Agustus 2024

Penulis



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKIRPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Diansis Chandra Junior
NIM : 2002010387
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN, CITRA MEREK, DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOTOR HONDA SCOOPY**

(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)

Beserta perangkat yang ada. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto
Pada tanggal : 13 Agustus 2024
Yang menyatakan,

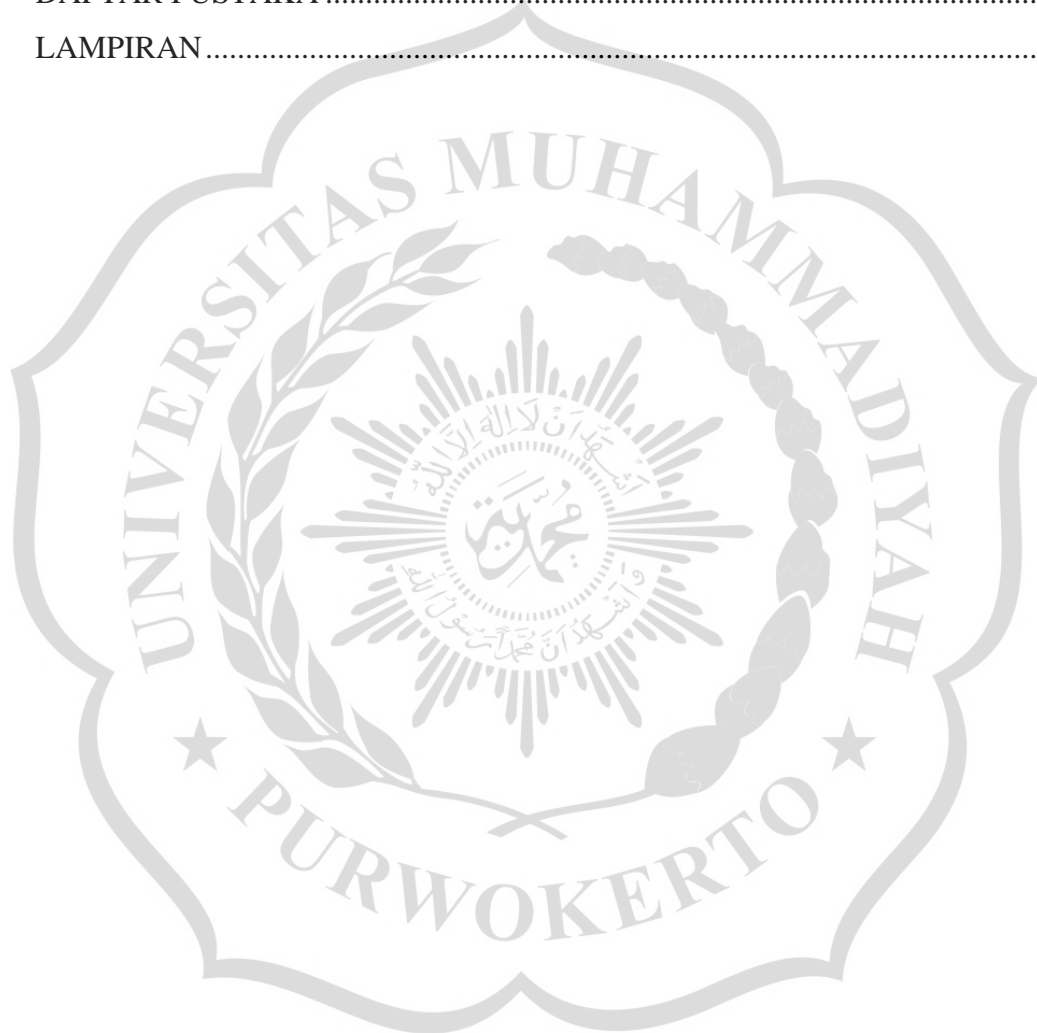


Diansis Chandra Junior

DAFTAR ISI

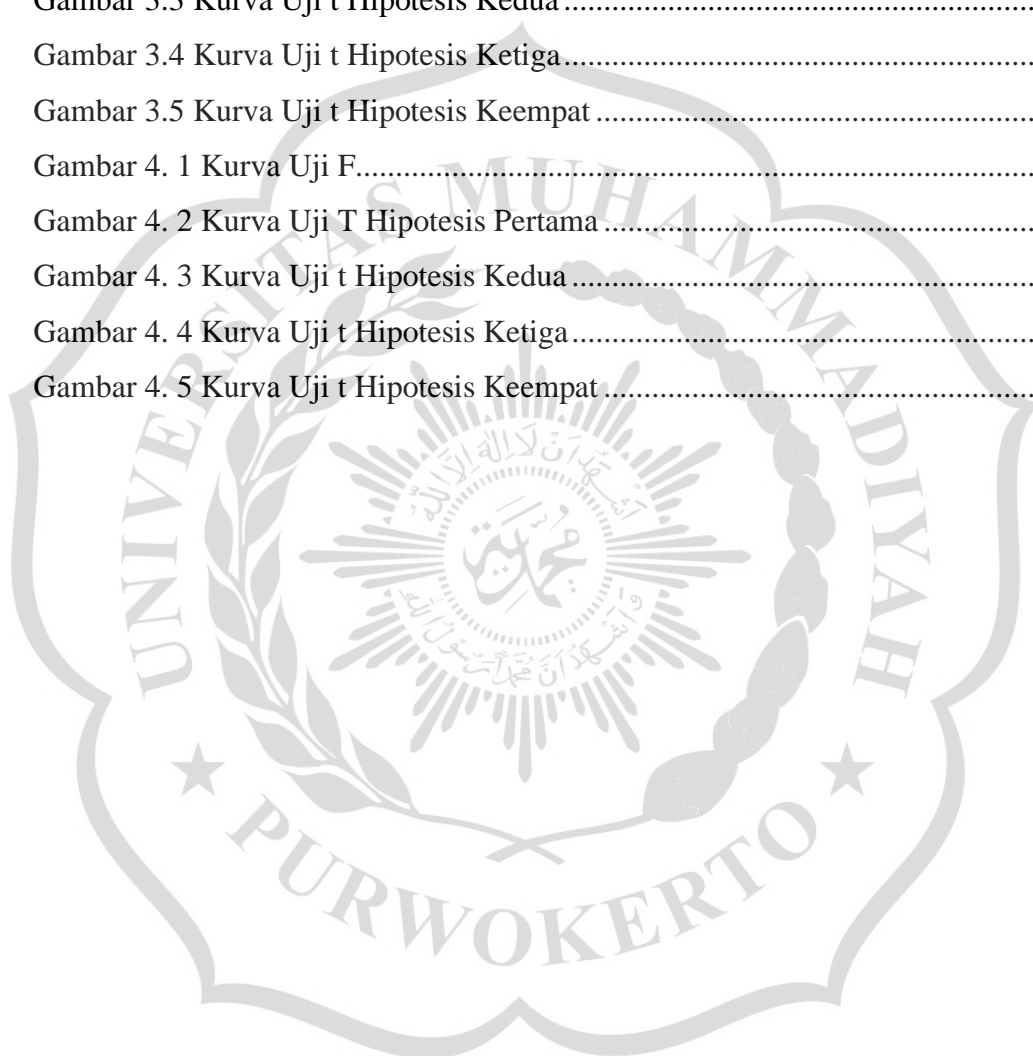
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKIRPSI.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Batasan Masalah.....	11
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. Landasan Teori.....	14
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	26
C. Kerangka Pemikiran Dan Pengembangan Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
A. Jenis Penelitian.....	35
B. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	35
C. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	37
D. Variabel Penelitian.....	38
E. Definisi Operasional.....	39
F. Metode Analisis Data.....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Hasil Penelitian.....	50

B. Pembahasan	86
BAB V PENUTUP.....	93
A. Kesimpulan.....	93
B. Keterbatasan Penelitian.....	93
C. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	99



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 3. 1 Kurva Uji F.....	45
Gambar 3.2 Kurva Uji t Hipotesis Pertama	46
Gambar 3.3 Kurva Uji t Hipotesis Kedua	47
Gambar 3.4 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga.....	48
Gambar 3.5 Kurva Uji t Hipotesis Keempat	49
Gambar 4. 1 Kurva Uji F.....	81
Gambar 4. 2 Kurva Uji T Hipotesis Pertama	82
Gambar 4. 3 Kurva Uji t Hipotesis Kedua	83
Gambar 4. 4 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga.....	84
Gambar 4. 5 Kurva Uji t Hipotesis Keempat	85



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perkembangan Jumlah Alat Transportasi	1
Tabel 1. 3 Data Penjualan Sepeda Motor.....	3
Tabel 1. 2 Distribusi Domestik Sepeda Motor.....	4
Tabel 1.4 Data Top Brand Index Sepeda Motor Matic	5
Tabel 2.1 Jurnal Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Definisi Operasional	39
Tabel 4. 1 Response Rate	52
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4. 4 Data Responden Berdasarkan Pendapatan.....	55
Tabel 4. 5 Data Responden Berdasarkan Fakultas.....	56
Tabel 4. 6 Data Responden Berdasarkan	57
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian.....	58
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Produk	60
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Deskriptif Desain.....	62
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Deskriptif Citra Merek	65
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Deskriptif Kepercayaan Merek.....	66
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	69
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	70
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Desain.....	71
Tabel 4. 15 Hasil Uji Validitas Citra Merek	71
Tabel 4. 16 Hasil Uji Validitas Kepercayaan Merek	72
Tabel 4. 17 Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas	73
Tabel 4. 18 Hasil Uji Normalitas	74
Tabel 4. 19 Hasil Uji Multikolinearitas.....	75
Tabel 4. 20 Hasil Uji Heteroskedastisitas	76
Tabel 4. 21 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	77
Tabel 4. 22 Hasil Nilai Koefisien Determinasi	80
Tabel 4. 23 Hasil Uji F (Kecocokan Model).....	81
Tabel 4. 24 Rangkuman Hasil Penelitian.....	85

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN, CITRA MEREK, DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOTOR HONDA SCOOPY
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)**

Diansis Chandra Junior¹, Muchammad Agung Miftahuddin²

^{1 2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis

^{1 2} Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Email: ¹ diansischandrajunior223@gmail.com, ² amif_ump@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Desain, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 110 responden yang diambil menggunakan teknik *sampling insidental* dengan kriteria yang telah ditentukan. Hasil analisis regresi menunjukkan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, desain berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, kepercayaan merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: kualitas produk, desain, citra merek, kepercayaan merek, keputusan pembelian

**THE EFFECTS OF PRODUCT QUALITY, DESIGN, BRAND IMAGE, AND
BRAND TRUST ON THE PURCHASE DECISION OF
HONDA SCOPY MOTORCYCLES
(A STUDY ON STUDENTS OF UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
PURWOKERTO)**

Diansis Chandra Junior¹, Muchammad Agung Miftahuddin²

^{1 2} Faculty of Economics and Business

^{1 2} Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Email: ¹ diansischandrajunior223@gmail.com, ² amif_ump@yahoo.com

ABSTRACT

This study examines the effects of product quality, design, brand image, and brand trust on purchase decisions. The population of this study consists of students from Universitas Muhammadiyah Purwokerto. A sample of 110 respondents was selected using incidental sampling with predetermined criteria. The regression analysis results indicate that product quality has a significant positive influence on purchase decisions, design has no significant effect on purchase decisions, brand image has a significant positive effect on purchase decisions, and brand trust has a significant positive effect on purchase decisions.

Keyword: *product quality, design, brand image, brand trust, purchase decision*