

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YAMAHA
DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH:

NANDA AJI WICAKSONO

NIM. 20161221108

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2023

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YAMAHA
DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi
salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program
Sarjana Manajemen**



OLEH:

NANDA AJI WICAKSONO

NIM. 20161221108

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2023

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nanda Aji Wicaksono

Nim : 201612211

Program studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya. Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 16 Juni 2023

Yang membuat pernyataan

A handwritten signature in black ink is written over a yellow 10000 Rupiah stamp. The stamp features the number '10000' in large red digits, the text 'SATU LIPAT RIBU RUPIAH' at the top, and 'NANDA AJI WICAKSONO' and 'TEMPER' in the center. The serial number '8059DAKY423172116' is visible at the bottom of the stamp.

Nanda Aji Wicaksono

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YAMAHA
DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

Diajukan Oleh :

NANDA AJI WICAKSONO

NIM : 20161221108

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh :

Dosen Pembimbing,

Tandatangan

Tanggal

1. Dr. Mohammad Anang Firmansyah, MM



16 Juli 2023

2. Dra. Siti Salbiyah, M.Kes.



16 Juli 2023

Mengetahui,

Dekan,

Ketua Program Studi,

Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., MM



Rina Maretasari, SM., M.SM.



PENGESAHAN PANITIA PENGUJI
PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YAMAHA
DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA

Nama : NANDA AJI WICAKSONO
NIM : 20161221108

Program Studi : Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surabaya

Pada Hari/Tanggal : Jum'at / 16 Juni 2023
Pukul : 08.00 WIB sampai dengan 10.00 WIB

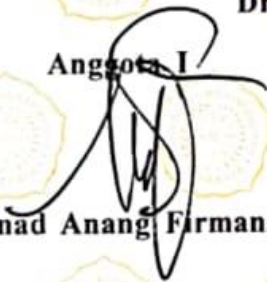
Komisi Penguji terdiri dari

Ketua Penguji



Dr. Siti Maro'ah, M.Pd.

Anggota I



Dr. Mohammad Anang Firmansyah, MM

Anggota II



Dra. Siti Salbiyah, M.Kes.

Mengetahui,

Dekan,



Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., MM

Ketua

Program Studi,



Rina Mardasari, SM., M.SM.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmatnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya” dengan baik. Sholawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW yang mengantarkan pada sebuah kehidupan yang penuh keselamatan di dunia dan di akhirat.

Penulisan skripsi ini dilakukan guna melengkapi syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya. Penulis menyadari bahwa terselesainya penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dukungan dari semua pihak untuk itu penulis menyampaikan banyak terimakasih pada:

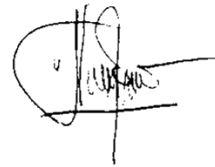
1. Bapak Dr. dr. Sukadiono, MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Bapak Dr. Mochamad Mockhlas, S.Si, MM Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
3. Ibu Rina Maretasari, SM., M.SM selaku Ketua Program studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti program studi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Surabaya.
4. Bapak Dr. Mohammad Anang Firmansyah, MM. selaku Pembimbing I yang telah memberikan waktu untuk membimbing dengan penuh kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Ibu Dra. Siti Salbiyah, M, Kes. selaku Pembimbing II yang telah juga memberikan waktu untuk membimbing dengan penuh kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Seluruh Dosen dan Staff di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan kesempatan dan membantu untuk memberikan banyak informasi data mahasiswa kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Responden yang telah bersedia dan meluangkan waktu dan tempat yang diberikan untuk peneliti.
8. Orang tua saya Ibu Rina Nurmila yang saya cintai sepanjang hidup saya terimakasih

atas doa restu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

9. Istri saya Septa Rezita Kusumaningtyas yang saya cintai terimakasih atas support dan doanya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Sahabat dan Teman-teman yang selalu mendukung serta mendoakan kelancaran dalam pembuatan Skripsi.
11. Semua Pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Semoga amal kebaikan dan semua mendapat imbalan yang luar biasa dari Allah SWT, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya 16 Juni 2023



Nanda Aji Wicaksono

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	ii
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
PERSETUJUAN UNTUK UJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	<i>ix</i>
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Manajemen Pemasaran	11
2. Bauran Pemasaran.....	12
3. Perilaku Konsumen.....	13
4. Citra Merk.....	14
a. Pengertian Citra Merk	14
b. Tujuan Citra Merk.....	15
c. Manfaat Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	16
d. Karakteristik Merek.....	17
5. Kualitas Produk	18
a. Pengertian Kualitas Produk.....	18
b. Kualitas Produk	19
c. Ketahanan Dan Keberwujudan (<i>Durability Tangibility</i>).....	20

d.	Klasifikasi Barang Konsumen (<i>Consumer Goods Classification</i>).....	20
f.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
6.	Promosi	22
a.	Pengertian Promosi	22
b.	Indikator Promosi.....	23
c.	Keputusan Pembelian	23
d.	Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan Pembelian.....	24
e.	Minat Beli.....	26
7.	Pengaruh Antar Variabel.....	27
a.	Pengaruh Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian	27
b.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
c.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	28
d.	Pengaruh Antara Citra Merk, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	29
B.	Penelitian Terdahulu	30
C.	Kerangka Konseptual	32
D.	Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN		36
A.	Pendekatan Penelitian.....	36
B.	Indikasi Variabel	36
1.	Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	36
2.	Variabel terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	36
C.	Definisi Operasional Variabel	37
D.	Teknik Pengumpulan Data	40
1.	Pengumpulan Data Primer	40
2.	Pengumpulan Data Sekunder.....	40
E.	Populasi dan Sampel.....	40
1.	Populasi.....	40
2.	Sampel.....	41
F.	Teknik Pengolahan Data.....	43
G.	Teknik Analisis Data	43
1.	Uji Instrumen	44
2.	Uji Hipotesis	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		50
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50

B. Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	53
C. Hasil Dan Pembahasan	56
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	56
2. Uji Asumsi Klasik.....	58
D. Pembahasan	64
BAB V PENUTUP	66
A. Kesimpulan	66
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	68

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Penjualan Motor 2019 – 2022.....	5
Tabel 1.2. Distribution Domestic by Category 2019-2022	6
Tabel 3.1. Deskripsi instrument Operasional variabel	37
Tabel 3.2. Data Populasi Kuesioner	42
Tabel 3.3. Reliabilitas Guifor	45
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	54
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	55
Tabel 4.6. Analisis Deskripsi Variabel Penelitian	55
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merk (X_1).....	56
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_2).....	57
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X_3)	57
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	57
Tabel 4.11. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	58
Tabel 4.12. Hasil Uji Multikolonieritas.....	59
Tabel 4.13. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Analisis.....	9
Gambar 4.1. Hasil Uji Kolomogorov Smirnov	58
Gambar 4.2 Hasil Uji Statistik Koefisien Determinasi SPSS 25	76
Gambar 4.3 Hasil Uji Statistik Uji F-Simultan SPSS 25	77
Gambar 4.4 Hasil Uji Statistik Uji F-Simultan SPSS 25	78

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN SURAT PERMOHONAN	71
LAMPIRAN TABULASI DATA	77
LAMPIRAN DATA MENTAH.....	83
LAMPIRAN OLAHAN DATA.....	86
LAMPIRAN DATA SK PEMBIMBING	93
LAMPIRAN SURAT IJIN PENELITIAN SKRIPSI	94
LAMPIRAN KARTU BIMBINGAN SKRIPSI.....	95
SURAT KETERANGAN BUKTI PLAGIASI.....	96
ENDORSEMENT LETTER.....	97

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. (2012). Jurnal Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba. *Jurnal Managemen Pemasran*, 16-19.
- Akdon, & Riduwan. (2007). *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Akdon, & Riduwan. (2010). *Rumus dan Data Dalam Analisis Statiska. Cet 2*. Jakarta: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Bandung: Rineka Cipta.
- Basu, S., & Irawan. (2001). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Fatihudin, D. (2015). *Metodologi Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi : Dari teori ke praktek*. Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS. Edisi 7. .* Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, H. N. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Yrama Widya.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran (edisi ketiga belas jilid 1 dan 2 dialihbahasakan oleh Bob Sabran ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu. .* Jakarta: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2001). *Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran (Vol. Jilid 1 dan 2)*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran (Edisi 12 Jilid 2 ed.)*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran (Vol. Jilid 1)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga : Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid 2. Edisi 12. Alih Bahasa: Bob Sabran. .* Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Saling, M. Y. (2015). Pengantar Bisnis. *Pengantar Bisnis*, 178.

- Sitinjak, T. (2005). Pengaruh Citra Merek dan Sikap Merek terhadap Ekuitas Merek. *Jurnal Ekonomi Perusahaan Volume 12 No. 2, Jakarta*.
- Sugiyono. (2004). *Statistika untuk Penelitian* (Cetakan Keenam ed.). Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Statistika untuk Penelitian, Cetakan Keenam*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-dasar manajemen pemasaran* (Cetakan Pertama ed.). Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Usman, H., & Akbar, P. (2003). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Silsika, R., P. (2016) ‘Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Honesto Di Kota Padang’, *Keywords in Qualitative Methods*. doi: 10.4135/9781849209403.n73.
- Magdalena, M. and Sari, N. U. (2020) ‘Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Brio di Kota Padang’, *Jurnal Pundi*, 3(2), p. 123. doi: 10.31575/jp.v3i2.146.
- Kurniadi, Farid. (2018) ‘Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Helm INK di Kabupaten Purworejo)’, *Jurnal Ekobis Dewantara Vol. 1 No. 8 Agustus 2018*. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa.
- Setyaningrum & Wati. (2019) ‘Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Pada Pelanggan Sarijan Coffee Malang)’, *JAMSWAP; Jurnal Akuntansi dan Manajemen*. ISSN : 2086-3659 (P), Volume 4, Nomor 4 (2019): 17-25.
- Pradana, D., Hudayah, S. and Rahmawati, R. (2018) ‘Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek Brand Image terhadap keputusan pembelian motor’, *Kinerja*, 14(1), p. 16. doi: 10.29264/jkin.v14i1.2445. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, Samarinda. Volume 14 (1) 2017, 16-23. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, Samarinda.
- Maupa, H. *et al.* (2019) ‘Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk , dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Makassar, The Effect of Brand Image , Quality Product , and Price To The Purchase Decision of Converse Shoes in Makassar’, *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin*. 16(2), pp. 135–168. JBMI Vol. 16 No. 2 Oktober 2019.
- Chandra, A. R. (2019) ‘Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Samsung (Studi Pada Masyarakat Kabupaten Kediri)’, Vol 8, 2019-2020. pp. 1–18. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
- Zamroni, A. (2017) ‘Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pepsodent Pada Konsumen Indomaret Plus Di Jalan M.

Yamin Samarinda', *Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(3), pp. 1–16. Available at: [http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/11/AfifZamroni\(11-15-16-10-31-46\).pdf](http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/11/AfifZamroni(11-15-16-10-31-46).pdf).