

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, PERSEPSI
PROMOSI DAN LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA
(STUDI PADA MASYARAKAT YOGYAKARTA)**

*ANALYSIS THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY,
PERCEPTION OF PROMOTION AND AFTER SALES SERVICE ON THE
PURCHASE DECISION OF HONDA MOTORCYCLE*

(STUDY ON SOCIETY OF YOGYAKARTA)



DISUSUN OLEH:

SONNY ANDRIAN

20150410298

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2022

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Sonny Andrian

Nim : 201504010298

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : **“ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, PERSEPSI PROMOSI DAN LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA (STUDI PADA MASYARAKAT YOGYAKARTA)”** tidak terdapat karya serupa yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di satu perguruan tinggi, dan sepengetahuan saya tidak terdapat ada karya yang ditulis atau ditertibkan orang lain, kecuali yang secara tertulis saya acu dalam penelitian ini dan tercantum dalam daftar pustaka. Apabila dalam karya penulisan ini diketahui atau ditemukan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau ditertikan oleh orang lain, maka saya akan bersedia untuk karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 11 April 2022



Penulis

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk kedua orang tuaku Papa Darsono Syarif Rianom dan Mama Marita Nikewati yang selalu ada untuk mendukungku disetiap pilihan hidupku, memberikan doa yang tiada henti, memberiku semangat untuk selalu berjuang dan banyak lagi sehingga tidak dapat di sebutkan satu persatu.

Dan untuk almamaterku tercinta yang selalu kubanggakan

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan keumudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi ini dengan judul “Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Promosi dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda (Studi Pada Masyarakat Yogyakarta)”. Skripsi ini disusun guna untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi perusahaan Honda agar dapat meningkatkan penjualan produk sepeda motornya dan juga agar dapat membantu peneliti selanjutnya untuk mengembangkan model penelitian ini menjadi lebih luas lagi.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan pengalaman, pelajaran dan ilmu selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. selaku Ketua Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah mengayomi mahasiswa tingkat akhir dan memberikan ilmu, nasehat dan semangat selama penulis menyelesaikan skripsi ini.

3. Bapak Sutrisno Wibowo, S.E., MM. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan sabar telah membimbing dan mengarahkan, memberikan ilmu, nasehat dan semangat, meluangkan waktu dan tenaga selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
4. Keluarga besar Adi Nursaid, Syarif Rianom dan Slamet Surono yang selalu memberikan support dan doa untuk kelancaran studi dan menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh responden yang telah meluangkan tenaga dan waktunya untuk membantu jalannya skripsi ini dan semua orang atau pihak telah mendoakan agar skripsi ini dapat selesai.

Yogyakarta, 12 April 2022



Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
INTISARI	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori	8
1. Keputusan Pembelian	8
2. Citra Merek	10
3. Kualitas Produk	11
4. Persepsi Promosi	13
5. Layanan Purna Jual	15
B. Hasil Penelitian Terdahulu	16
C. Pengembangan Hipotesis	19
D. Model Penelitian	23
BAB III Metode Penelitian	24
A. Objek dan Subjek Penelitian	24
B. Jenis Data	24
C. Teknik Pengambilan Sampel	24
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian	25
E. Teknik Pengumpulan Data	27
F. Uji Kualitas Instrumen	28

G. Alat Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN	32
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	32
B. Subjek Penelitian	33
C. Uji Kualitas Instrumen	35
D. Analisis Regresi Linier Berganda	37
E. Pembahasan	41
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN	46
A. Simpulan.....	46
B. Keterbatasan Penelitian	46
C. Saran.....	47

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia	2
Tabel 2.1 Tabel Data Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Tabel Definisi Variabel	26
Tabel 4.1 Tabel Klasifikasi berdasarkan jenis kelamin responden	34
Tabel 4.2 Tabel Klasifikasi berdasarkan usia responden	34
Tabel 4.3 Tabel Hasil Uji Validitas	36
Tabel 4.4 Tabel Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 4.5 Tabel Hasil Uji Regresi Linier Berganda	37
Tabel 4.6 Tabel Hasil Uji F	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model Penelitian.....	23
--------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	L1
Lampiran 2 Tabulasi Data	L6
Lampiran 3 Klasifikasi Responden	L26
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	L27
Lampiran 5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	L32