

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPERCAYAAN
PELANGGAN**

**(Studi Penggunaan Produk Honda Vario pada Masyarakat
Daerah Istimewa Yogyakarta)**

***THE INFIUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE, AND PRICE
ON PURCHASING DECISIONS AND CUSTOMER TRUST***

***(Study of the use of Honda Vario products in the people of the Special Region
of Yogyakarta)***



Disusun oleh:

ADINATA KURNIAWAN

20180410267

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

2023

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Adinata Kurniawan

Nomer Mahasiswa : 20180410267

Menyatakan bahwa saya membuat skripsi ini yang berjudul "**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN (Studi Penggunaan Produk Honda Vario pada Masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta)**" belum ada yang pernah mengajukan untuk memperoleh gelar keserjanaan pada Perguruan Tinggi, serta sepanjang saya membuat karya tulis ini tidak terdapat karya yang pernah ditulis oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacuan serta didalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 10 Maret 2023



Adinata Kurniawan

PERSEMBAHAN

Karya tulis skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Saya persembahkan orang tua saya Alm Bapak Slamet Sarwadi serta ibu saya Murtinah, kakak saya pertama Erny Kusumawati, kakak saya kedua Asry Kurniawati. Saya ucapkan banyak terima kasih karena sudah memberikan semangat, doa dukungan secara materil maupun nonmateril.
2. Alm/ almh kakek nenek saya, om tante, adik sepupu saya, dan seluruh keluarga besar saya.
3. Teman – teman dan sahabat – sahabat saya yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu – persatu. Terima kasih kepada kalian yang telah menjadi tempat berbagai suka maupun duka, serta memberikan dorongan kepada saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah kepada kita, alhamdulillah penulis bisa menyelesaikan skripsi yang telah disusun guna menyelesaikan studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen

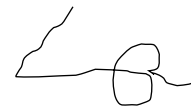
Dikeempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih atas bimbingan, bantuan, dan doa dari banyak pihak karena :

1. Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Rizal Yaya, M.Sc., Ph.D., Ak., CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih, SE., M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
4. Muhammad Miftahun Nadzir, BABA., MBA Dosen pembimbing sudah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Tenaga Pendidik dan Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. Semua Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, sudah membantu melancarkan jalannya kegiatan.

7. Seluruh staf perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, atas segala bantuan dan layanannya, sehingga penulis dapat memperoleh literatur yang dibutuhkan dalam penulisan skripsi.
8. Terakhir seluruh pihak yang sudah memberikan bantuan dan semangat.

Dalam menyelesaikan skripsi penulis menyadari jika dalam penelitian ini masih banyak kekurangan. Maka darii tu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dan berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, 10 maret 2023



Penulis,

Adinata Kurniawan

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAAN.....	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
1. Mafaat Teoritis.....	9
2. Manfaat Praktis.....	10
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Pengertian Pemasaran.....	11
2. Tujuan Pemasaran.....	12
3. Konsep Pemasaran.....	12
1. Kualitas Produk.....	12
2. Harga.....	14
3. Citra Merek.....	17
4. Keputusan Pembelian.....	19
5. Kepercayaan Pelanggan.....	22
B. Tinjauan penelitian Terdahulu.....	24
C. Pengembangan Hipotesis.....	30
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Pelanggan.....	30
2. Pengaruh Harga Terhadap Kepercayaan Pelanggan.....	31
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepercayaan Pelanggan.....	31
4. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	32

5. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
6. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
7. Pengaruh kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
8. Pengaruh kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan konsumen.....	35
9. Pengaruh Terhadap Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen.....	36
10. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Pelanggan.....	36
D. Kerangka Penelitian/ Model Penelitian.....	38
BAB III.....	39
METODE PENELITIAN.....	39
A. Jenis Penelitian.....	39
B. Subjek dan Objek Penelitian.....	39
C. Populasi dan Sample.....	40
D. Jenis Data.....	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	42
F. Definisi Oprasional Variabel Penelitian.....	43
G. Uji Kualitas Instrumen.....	45
1. Uji Validitas.....	45
2. Uji Reliabilitas.....	46
H. Alat Analisis dan Uji Hipotesis.....	47
1. Membangun metode Teoritis.....	47
2. Menyusun Diagram Jalur.....	47
3. Menerjemahkan Diagram Jalur ke Persamaan Stuktural.....	48
4. Memilih Jenis Input Matriks dan Estimasi Model Yang diusulkan....	48
a. Ukuran Sample.....	48
b. Normalitas.....	49
c. Outliers.....	49
I. Menilai idenfikasimodel struetural.....	49
J. Menilai kreteria Goodness Of Fit.....	50
1. Chi-Square Statistic.....	51
2. CMIN/DF.....	51
3. GIF (Goodness Of Fit Index).....	52
4. AGFI (Adjusted Godness Of Fit).....	52
5. RMSEA Root Mean Square Error Of Apprpximation).....	52
6. TIL (tucker Lewis Index).....	52
7. CFI (Comparative Fit Index).....	53
BAB IV.....	54
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Hasil Analisis.....	54

B. Uji Kualitas.....	56
C. Stastistik Deskriptif.....	59
D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	63
E. Pengujian Hipotesis.....	74
F. Pembahasan.....	76
BAB V.....	97
KESIMPULAN DAN SARAN.....	97
A. Kesimpulan.....	97
B. Saran.....	99
Daftar Pustaka.....	101
Lampiran.....	104
PENGARUH KUALITAS PRODUK CITRA MEREK HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN.....	104
1. Data Respoden.....	104
2. Penilaian Responden.....	106
3. Kualitas Produk.....	106
4. Harga.....	107
5. Citra Merek.....	108
6. Keputusan Pembelian.....	108
7. Kepercayaan Pelanggan.....	109

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	
Tabel 2.1	38
Tabel 3.1	43
Tabel 4.1	64
Tabel 4.2	64
Tabel 4.3	57
Tabel 4.4	55
Tabel 4.5	60
Tabel 4.6	62
Tabel 4.7	64
Tabel 4.8	65
Tabel 4.9	66
Tabel 4.10	68
Tabel 4.11	71
Tabel 4.12	71
Tabel 4.13	74
Tabel 4.14	79
Tabel 4.15	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 38

