



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
2021**

**ANALISIS BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK MELALUI MINAT BELI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEREK SEPEDA MOTOR  
HONDA (Studi Kasus Konsumen Sepeda Motor Honda di Kab. Jepara)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, ..... 2021

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I

  
**Dina Lusianti, SE., MM., AAK.**  
NIDN. 0630098401

  
**Dr.Drs H. M. Zainuri.. M.M**  
NIDN. 0607095601

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II

  
**Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM.**  
NIDN. 0618066201

  
**Mira Meilia Marka SE, MM**  
NIDN. 0606058801

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

*Jangan terlalu ambil hati dengan ucapan seseorang, kadang manusia punya mulut tapi belum tentu punya pikiran.*

Albert Einstein

*Musuh yang Paling Berbahaya di atas Dunia Ini Adalah Penakut dan Bimbang. Teman yang Paling Setia, Hanyalah Keberanian dan Keyakinan yang Teguh.*

Andrew Jackson

*Jaga sholat, walaupun kita bukan orang yang baik.*

Persembahan :

1. Orang Tua, Adik & Keluaga Besar
2. Sahabat & Teman-Teman Seperjuangan
3. Almamater Universitas Muria Kudus

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas berkah, rahamat dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “ANALISIS BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK MELALUI MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEREK SEPEDA MOTOR HONDA (Studi Kasus Konsumen Sepeda Motor Honda di Kab. Jepara)” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Muria Kudus.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya dapat melalui berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono M.si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Dina Lusianti, SE., MM., AAK., Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Drs H. M. Zainuri., M.M., Selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan selama penyusunan skripsi.

5. Mira Meilia Marka., S.E., M.M ., Selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan selama penyusunan skripsi.
6. Seluruh dosen pengajar dan staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bantuan ilmu, bantuan pelayanan dan kerjasamanya selama perkuliahan hingga sampai saat ini.
7. Seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.
8. Kedua Orang tua beserta Adik yang telah memberikan doa dan dukungan selama proses pembuatan skripsi.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan.

Penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk mendorong penelitian-penelitian selanjutnya.

Kudus,  
Penulis,

2021

**Farid Fandila**  
**NIM. 2016-11-185**

## **ABSTRAKSI**

### **ANALISIS BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK MELALUI MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEREK SEPEDA MOTOR HONDA (Studi Kasus Konsumen Sepeda Motor Honda di Kab. Jepara)**

**Farid Fandila  
NIM. 2016-11-185**

Dosen Pembimbing : 1. Dr. Drs H. M. Zainuri, M.M.  
2. Mira Meilia Marka SE, MM.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh brand image, kualitas produk melalui minat beli terhadap keputusan pembelian merek sepeda motor Honda (Studi kasus konsumen sepeda motor Honda di Kab. Jepara). Penelitian ini menggunakan dua variabel endogen, yaitu minat beli dan keputusan pembelian, serta dua variabel eksogen, yaitu brand image dan kualitas produk. Pada penelitian ini pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Sedangkan sampel penelitian dalam penelitian sebesar 114 responden dengan teknik purposive *sampling* yaitu konsumen pernah sepeda motor Honda di kab. Jepara.

Analisis data yang digunakan (SEM) *Structual Equatuion Modeling* yang di operasikan melalui program AMOS. Hasil brand image dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dan keputusan pembelian, serta brand image dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli.

**Kata kunci:** **Brand image, Kualitas Produk, Minat Beli, Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

### **BRAND IMAGE ANALYSIS, PRODUCT QUALITY THROUGH BUYING INTEREST OF HONDA MOTORCYCLE BRAND PURCHASE DECISION (Case Study of Consumer Honda Motorcycles in Jepara Regency)**

**Farid Fandila  
NIM. 2016-11-185**

*Guidance Lecturer* : 1. Dr. Drs H. M. Zainuri, M.M.  
2. Mira Meilia Marka SE, MM.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS STUDY PROGRAM  
OF MANAGEMENT**

*This study aims to analyze the effect of brand image, product quality through purchase intention on purchasing decisions for Honda motorcycle brands (Case study of consumers of Honda motorbikes in Jepara Regency). This study uses two endogenous variables, namely purchase intention and purchase decision, and two exogenous variables, namely brand image and product quality. In this study, data collection using a questionnaire method. While the research sample in the study was 114 respondents with purposive sampling technique, namely consumers of Honda motorbikes in the district. Jepara.*

*Data analysis used (SEM) Structural Equation Modeling which is operated through the AMOS program. The results of brand image and product quality have a positive and significant influence on purchase intention and purchase decisions, and brand image and product quality have a positive and significant effect on purchasing decisions through purchase intention.*

**Keywords:** *Brand image, Product Quality, Purchase Interest, Purchase Decision*

## DAFTAR ISI

|                                       | Halaman |
|---------------------------------------|---------|
| HALAMAN JUDUL .....                   | i       |
| HALAMAN PERSETUJUAN.....              | ii      |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....           | iii     |
| KATA PENGANTAR .....                  | iv      |
| ABSTRAKSI .....                       | vi      |
| <i>ABSTRACT</i> .....                 | vii     |
| DAFTAR ISI.....                       | viii    |
| DAFTAR TABEL.....                     | x       |
| DAFTAR GAMBAR.....                    | xi      |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                 | xii     |
| BAB I PENDAHULUAN.....                | 1       |
| 1.1. Latar Belakang .....             | 1       |
| 1.2. Ruang Lingkup .....              | 11      |
| 1.3. Rumusan Masalah .....            | 12      |
| 1.4. Tujuan Penelitian.....           | 13      |
| 1.5. Manfaat Penelitian.....          | 15      |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....         | 15      |
| 2.1. Brand image .....                | 15      |
| 2.2. Kualitas Produk .....            | 21      |
| 2.3. Minat Beli.....                  | 25      |
| 2.4. Keputusan Pembelian.....         | 27      |
| 2.5. Penelitian Terdahulu.....        | 30      |
| 2.6. Pengaruh Antara Variabel .....   | 33      |
| 2.7. Kerangka Pemikiran Teoritis..... | 36      |
| 2.8. Hipotesis .....                  | 38      |
| BAB III METODE PENELITIAN.....        | 39      |

|   |           |
|---|-----------|
| 3.1. Rancangan Penelitian .....                           | 39        |
| 3.2. Variabel Penelitian .....                            | 39        |
| 3.3. Jenis dan Sumber Data .....                          | 46        |
| 3.4. Populasi dan Sampel.....                             | 47        |
| 3.5. Pengumpulan Data.....                                | 48        |
| 3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas.....                  | 50        |
| 3.7. Pengolahan Data .....                                | 53        |
| 3.8. Analisis Data .....                                  | 55        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>                   | <b>60</b> |
| 4.1. Hasil Penelitian.....                                | 60        |
| 4.2. Penyajian Data .....                                 | 61        |
| 4.3. Analisis Data .....                                  | 66        |
| 4.4. Uji Normalitas .....                                 | 73        |
| 4.5. Uji Hipotesis.....                                   | 74        |
| 4.6. Pengaruh Secara Langsung & Pengaruh Tidak Langsung . | 75        |
| 4.7. Uji Mediasi .....                                    | 76        |
| 4.8. Pembahasan .....                                     | 77        |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>                                 | <b>82</b> |
| 5.1. Kesimpulan.....                                      | 82        |
| 5.2. Saran.....   | 83        |

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

|   | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 1.1. Data Penjualan Sepeda Motor Domestik .....   | 4       |
| Tabel 1.2. Data Penjualan Sepeda Motor Honda di Indonesia .....   | 5       |
| Tabel 1.3. Data Penjualan Sepeda Motor Honda Di Kabupaten Jepara .  | 6       |
| Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden.....   | 62      |
| Tabel 4.2. Umur Responden .....   | 62      |
| Tabel 4.3. Kecamatan Responden .....  | 63      |
| Tabel 4.4. Pengalaman Responden .....   | 64      |
| Tabel 4.5. Tanggapan Responden Terhadap Brand Image (X1) .....  | 64      |
| Tabel 4.6. Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk (X2) .....  | 65      |
| Tabel 4.7. Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli (Y1) .....   | 65      |
| Tabel 4.8. Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian(Y2)   | 66      |
| Tabel 4.9. Uji Model Goodness of Fit variabel Eksogen.....  | 68      |
| Tabel 4.10. Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen .....   | 69      |
| Tabel 4.11. Uji Model Goodness Of Fit Variabel Endogen .....  | 71      |
| Tabel 4.12. Analisis Konfirmatori Konstruk Variabel Endogen .....   | 71      |
| Tabel 4.13. Uji Model Goodness of Fit .....   | 72      |
| Tabel 4.14. Uji Normalitas .....  | 73      |
| Tabel 4.15. Scolar Estimates (Group number 1- Default model)<br>Regresion Weights: (Group number 1- Default model)..... | 74      |
| Tabel 4.16. Hasil Estimasi Dirrect Effect .....   | 76      |
| Tabel 4.17. Hasil Estimasi Indirect Effect dan Total Effect .....   | 76      |

## **DAFTAR GAMBAR**

|   | Halaman |
|---|---------|
| Gambar 4.1. Grafik Output Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen ....                       | 68      |
| Gambar 4.2. Grafik Output Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen<br>Setelah Perbaikan ..... | 68      |
| Gambar 4.3. Grafik Output Analisis Konfirmatori Variabel Endogen ....                       | 70      |
| Gambar 4.4. Grafik Output Analisis Konfirmatori Variabel Endogen<br>Setelah Perbaikan ..... | 70      |
| Gambar 4.5. Structural Equation Modelling .....   | 72      |



## DAFTAR LAMPIRAN

|  |    |
|--|----|
| Lampiran 1. Kuesioner Penelitian ..... | 98 |
|--|----|

