

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* (CITRA
MEREK) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS PRODUK SEPEDA MOTOR MEREK HONDA PADA
DEALER TIMBUL JAYA MOTOR CABANG ANDONG DI BOYOLALI)**



Diajukan Oleh :

ANISA NUR TRISNAINI

2016-11-316

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



**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* (CITRA
MEREK) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS PRODUK SEPEDA MOTOR MEREK HONDA PADA
DEALER TIMBUL JAYA MOTOR CABANG ANDONG DI BOYOLALI)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang
Pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Diajukan Oleh :

ANISA NUR TRISNAINI

2016-11-316

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

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* (CITRA MEREK) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PRODUK SEPEDA MOTOR MEREK HONDA PADA DEALER TIMBUL JAYA MOTOR CABANG ANDONG DI BOYOLALI)

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan tim penguji ujian skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, Februari 2021

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

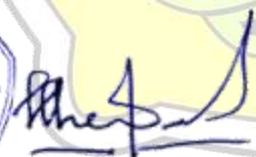

Dina Lusianti, SE. MM. AAK.
NIDN : 0630098401

Dosen Pembimbing I


Dr. Drs. Ag Sunarno H, S.H, S.Pd, M.M
NIDN : 0026065516

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


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

Dosen Pembimbing II


Mira Meilia Marka, S.E., M.M.
NIDN : 0606058801



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

"Janganlah kamu bersikap lemah. dan janganlah pula kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi derajatnya, jika kamu orang-orang yang beriman."

(Q.S. Al-Imran ayat 139)

"Barang siapa bertakwa kepada Allah maka Dia akan menjadikan jalan keluar baginya, dan memberinya rizki dari jalan yang tidak ia sangka, dan barang siapa yang bertawakkal kepada Allah maka cukuplah Allah baginya, Sesungguhnya Allah melaksanakan kehendak-Nya, Dia telah menjadikan untuk setiap sesuatu kadarnya"

(Q.S. Ath-Thalaq: 2-3)

Persembahan :

Penulis mempersembahkan skripsi ini untuk :

- ✓ Kedua orang tua, Bapak Sutrisno dan Ibu Sunarni yang selalu memberi dukungan dan doa
- ✓ Dedi Anggara, yang selalu memberi inspirasi, semangat serta doa
- ✓ Kakak – kakak saya yang selalu memberi motivasi dan doa
- ✓ Dosen dan almamater Universitas Muria Kudus
- ✓ Teman-teman seperjuanganku

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, thaufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Brand Image (Citra Merek) Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Dealer Timbul Jaya Motor Cabang Andong Kabupaten Boyolali”**.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus Jurusan Manajemen Pemasaran.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

- 1) Bapak Prof. Dr. Ir. Darsono,, M.Si. selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
- 2) Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
- 3) Ibu Dina Lusianti, SE. MM. AAK selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus.
- 4) Bapak Dr. Drs. Ag Sunarno H, S.H, S.Pd, M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan bimbingan, masukan, arahan, maupun motivasi demi terwujudnya skripsi ini.

- 5) Ibu Mira Meilia Marka,. S.E,. M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan bimbingan, masukan arahan maupun motivasi demi terwujudnya skripsi ini.
- 6) Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, khususnya dosen Manajemen Universitas Muria Kudus atas segala ilmu yang telah diberikan.
- 7) Orang tua tercinta yang telah memberikan ketulusan doa, semangat, dan kasih sayang yang begitu besar.
- 8) Universitas Muria Kudus sebagai tempat dilaksanakannya skripsi ini beserta seluruh pimpinan dan staff karyawan yang telah membantu segala kelancarannya.
- 9) Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu segala kritik maupun saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan, agar kelak penulis dapat menghasilkan karya yang lebih baik dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Kudus, 2021



ANISA NUR TRISNAINI
2016-11-316

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* (CITRA
MEREK) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
DEALER TIMBUL JAYA MOTOR CABANG ANDONG DI BOYOLALI**

ANISA NUR TRISNAINI

2016-11-316

Pembimbing :

(1) Dr. Drs. Ag Sunarno H, S.H, S.Pd, M.M.

(2) Mira Meilia Marka, S.E., M.M.

ABSTRAKSI

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen sepeda motor merek Honda di Dealer Timbul Jaya Motor di Boyolali cabang Andong. Teknik sampling yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah dengan teknik *purposive sampling*. Maka sampel dalam penelitian ini adalah 125 responden. Hasil analisis dalam penelitian dengan *metode Structural Equation Modeling* (SEM) sebagai berikut: (1) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (4) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. (5) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. (6) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. (7) Minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (8) Minat beli dapat menjadi mediasi antara harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, *Brand Image* (Citra Merek), Keputusan Pembelian, dan Minat Beli.

***INFLUENCE OF PRICES, PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE
ON PURCHASE DECISIONS
THROUGH BUYING INTEREST AS INTERVENING VARIABLES
ON DEALER TIMBUL JAYA MOTOR BRANCH ANDONG IN BOYOLALI***

ANISA NUR TRISNAINI

2016-11-316

Advisor :

(1) Dr. Drs. Ag Sunarno H, S.H, S.Pd, M.M.

(2) Mira Meilia Marka, S.E., M.M.

ABSTRACTION

The population used in this study were consumers of Honda motorbikes at the Timbul Jaya Motor Dealer in Boyolali, Andong branch. The sampling technique used in this sampling is purposive sampling technique. So the sample in this study were 125 respondents. The results of the analysis in research with the Structural Equation Modeling (SEM) method are as follows: (1) Price has a positive and significant effect on purchasing decisions. (2) Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. (3) Brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions. (4) Price has a positive and significant effect on buying interest. (5) Product quality has a positive and significant effect on purchase intention. (6) Brand image has a positive and significant effect on purchase intention. (7) Purchase intention has a positive and significant effect on purchasing decisions. (8) Purchase interest can mediate between price, product quality, and brand image on purchasing decisions.

Keywords: Price, Product Quality, Brand Image, Purchase Decision, and Purchase Intention.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
<i>ABSTRACTION</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Ruang Lingkup	10
1.3. Perumusan Masalah	10
1.4. Tujuan Penelitian	11
1.5. Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Keputusan pembelian	14
2.2. Minat Beli	18
2.3. Harga	20
2.4. Kualitas Produk	24
2.5. Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	26
2.6. Penelitian Terdahulu	30
2.7. Pengaruh Antar Variabel	33
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis	37
2.9. Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1. Rancangan Penelitian	40

	Halaman
3.2. Variabel Penelitian.....	40
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	46
3.4. Populasi dan Sampel.....	47
3.5. Pengumpulan Data.....	48
3.6. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	49
3.7. Pengolahan Data.....	50
3.8. Analisis Data	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	63
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	63
4.2. Penyajian Data.....	65
4.3. Analisis Data.....	72
4.4. Pembahasan.....	91
BAB V PENUTUP	98
5.1. Kesimpulan.....	98
5.2. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	105

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data AISI 2018-2019.....	7
Tabel 1.2 Data Penjualan Sepeda Motor di Dealer Timbul Jaya Motor.....	8
Tabel 3.1 Uji <i>Goodness of Fit</i>	57
Tabel 4.1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4.2 Persentase Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 4.3 Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan.....	66
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Harga (X_1).....	68
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X_2)	69
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Citra Merek (X_3).....	70
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Minat Beli (Y_1).....	71
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y_2).....	72
Tabel 4.9 Uji Validitas.....	73
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas.....	74
Tabel 4.11 Normalitas Data.....	75
Tabel 4.12 Outlier.....	76
Tabel 4.13 <i>Correlations</i>	77
Tabel 4.14 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen.....	80
Tabel 4.15 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen	80
Tabel 4.16 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Endogen.....	82
Tabel 4.17 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen.....	82
Tabel 4.18 Pengujian Kesesuaian Analisis <i>Structural Equation Modelling</i>	85
Tabel 4.19 Standardised Regression Weights.....	86
Tabel 4.20 <i>Square Multiple Correlation</i>	86
Tabel 4.21 Hasil Estimasi Parameter Pengaruh antar Variabel.....	87
Tabel 4.22 Hasil Pengaruh Langsung antar Variabel	90
Tabel 4.23 Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel Penelitian.....	90
Tabel 4.24 Besar <i>Total Effect</i>	91

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	38
Gambar 4.1 Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen.....	79
Gambar 4.2 Analisis Konfirmatori Variabel Endogen.....	81
Gambar 4.3 <i>Full Measurement Model</i>	84
Gambar 4.4 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	86

