



**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, PENGETAHUAN PRODUK,
DESAIN PRODUK DAN *WORD OF MOUTH (WOM)* TERHADAP MINAT
BELI SEPEDA MOTOR NMAX PADA DEALER YAMAHA MATARAM
SAKTI DI PATI**

Oleh:

ADI WIDHIANTO

201711074

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**



**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, PENGETAHUAN PRODUK,
DESAIN PRODUK DAN *WORD OF MOUTH* (WOM) TERHADAP MINAT
BELI SEPEDA MOTOR NMAX PADA DEALER YAMAHA MATARAM
SAKTI DI PATI**

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

Oleh:

ADI WIDHIANTO

201711074

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

TAHUN 2024

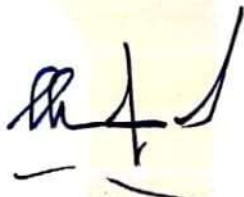
**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, PENGETAHUAN PRODUK,
DESAIN PRODUK DAN *WORD OF MOUTH* (WOM) TERHADAP MINAT
BELI SEPEDA MOTOR NMAX PADA DEALER YAMAHA MATARAM
SAKTI DI PATI**

Nama : Adi Widhianto
NIM : 201711074
Program Studi : Manajemen

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

Kudus,.....

Pembimbing I



Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



Agung Subono, S.E., M.Si
NIDN. 0520017602

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M
NIDN. 0024037701

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, PENGETAHUAN PRODUK,
DESAIN PRODUK DAN *WORD OF MOUTH (WOM)* TERHADAP MINAT
BELI SEPEDA MOTOR NMAX PADA DEALER YAMAHA MATARAM
SAKTI DI PATI**

Nama : Adi Widhianto
NIM : 201711074
Program Studi : Manajemen

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

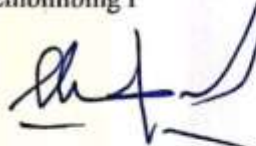
Kudus, 2024

Mengetahui,
Ketua Program Studi



Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M
NIDN. 0024037701

Pembimbing I



Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M
NIDN. 0618066201

Mengetahui,
Dekan




Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M
NIDN. 0618077304

Pembimbing II



Agung Subono, S.E., M.Si
NIDN. 0520017602

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Maka Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”

(QS: Al-Insyirah 5)

Persembahan:

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang tua tercinta saya

1. Bapak Jasri dan Ibu Sri Wartini yang selalu mendo'akan dan memberi dukungan untuk saya dapat menyelesaikan studi ini.
2. Saudara-saudaraku tersayang, Mariska Damayanti atas doa dan semangatnya selama ini.
3. Teman-teman seperjuangan di Manajamen Angkatan 2017.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis mampu menyelesaikan skripsi “Analisis Pengaruh Citra Merek, Pengetahuan Produk, Desain Produk dan *Word of Mouth (WOM)* Terhadap Minat Beli Sepeda Motor NMAX Pada Dealer Yamaha Mataram Sakti di Pati” sebagai syarat menyelesaikan jenjang Sarjana Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus. Selama proses skripsi ini telah banyak bantuan yang penulis dapatkan dari berbagai pihak, sehingga kini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M selaku Dosen Pembimbing I atas arahan dan bimbingan yang penuh kesabaran sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
5. Agung Subono, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing II atas arahan dan bantuan selama penyusunan skripsi ini.
6. Kedua orang tua yaitu Bapak Jasri dan Ibu Sri Wartini atas kerja keras dan upaya yang sangat besar untuk memberikan pendidikan terbaik bagi penulis.
7. Pihak-pihak yang telah memberikan bantuan dalam bentuk apapun.

Penulis menyadari jikalau penulisan skripsi ini belum sempurna, maka dari itu kritik dan saran sangat penulis perlukan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak.

Kudus, 2024

Penulis,

Adi Widhianto

**Analisis Pengaruh Citra Merek, Pengetahuan Produk, Desain Produk Dan
Word Of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli Sepeda Motor NMAX Pada
Dealer Yamaha Mataram Sakti di Pati**

ADI WIDHIANTO
NIM. 2017-11-074

Dosen Pembimbing : 1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M
2. Agung Subono, S.E., M.Si

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah meneliti pengaruh citra merek, pengetahuan produk, desain produk dan *word of mouth (wom)* terhadap minat beli pada pembeli sepeda motor NMAX di Dealer Yamaha Mataram Sakti Pati. Sampel penelitian sebanyak 100 responden dengan teknik *purposive sampling*. Analisis data menggunakan SPSS-24 dan pengambilan sampel menggunakan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan *word of mouth (wom)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, sedangkan pengetahuan produk dan desain produk tidak berpengaruh terhadap minat beli. Secara simultan citra merek, pengetahuan produk, desain produk, dan *word of mouth (wom)* berpengaruh positif terhadap minat beli.

Kata kunci: citra merek, pengetahuan produk, desain produk, *word of mouth (wom)*, minat beli.

***Analysis Of The Influence Of Brand Image, Product Knowledge, Product Design
And Word Of Mouth (WOM) On Interest In Buying NMAX Motorcycles At The
Yamaha Mataram Sakti Dealer In Pati***

ADI WIDHIANTO
NIM. 2017-11-074

Dosen Pembimbing : 1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M
2. Agung Subono, S.E., M.Si

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

ABSTRACTION

The aim of this research is to examine the influence of brand image, product knowledge, product design and word of mouth (WOM) on purchasing interest among NMAX motorbike buyers at the Mataram Sakti Pati Yamaha Dealer. The research sample was 100 respondents using purposive sampling technique. Data analysis used SPSS-24 and sampling used a questionnaire. The research results show that brand image and word of mouth (WOM) have a positive and significant effect on buying interest, while product knowledge and product design have no effect on buying interest. Simultaneously, brand image, product knowledge, product design, and word of mouth (WOM) have a positive effect on purchasing interest.

Keywords: brand image, product knowledge, product design, word of mouth (WOM), purchase interest.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAKSI.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Ruang Lingkup	9
1.3. Perumusan Masalah.....	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	11
1.5. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1. Citra Merek.....	13
2.1.1. Pengertian Citra Merek	13
2.1.2. Indikator Citra Merek.....	14
2.2. Pengetahuan Produk (<i>Product Knowledge</i>).....	16
2.2.1. Pengertian Pengetahuan Produk.....	16
2.2.2. Indikator Pengetahuan Produk	17
2.3. Desain Produk	19
2.3.2. Indikator Desain Produk.....	20
2.4. <i>Word of Mouth (WOM)</i>	21
2.4.1. Pengertian <i>Word Of Mouth (WOM)</i>	21
2.4.2. Indikator <i>word of mouth</i>	23

2.5. Minat Beli	24
2.5.1. Pengertian Minat Beli.....	24
2.5.2. Faktor yang mempengaruhi minat beli	25
2.5.3. Indikator Minat Beli	26
2.6. Penelitian Terdahulu.....	27
2.7. Pengaruh Antar Variabel	31
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	35
2.9. Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1. Rancangan Penelitian	37
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	38
3.2.1. Variabel penelitian	38
3.2.2. Definisi Operasional.....	38
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	41
3.4. Jenis Data dan Sumber Data.....	42
3.5. Pengolahan Data.....	43
3.6. Uji Instrumen Penelitian.....	44
3.6.1. Uji Validitas	45
3.6.2. Uji Reabilitas.....	45
3.7. Analisis Data	46
3.8. Statistik Deskriptif.....	46
3.8.1. Uji Asumsi Klasik	47
3.8.2. Uji Normalitas	47
3.8.3. Uji Multikolinearitas	48
3.8.4. Uji Heteroskedastisitas	48
3.8.4. Analisis Regresi Linier Berganda	49
3.8.5. Pengujian Hipotesis.....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52

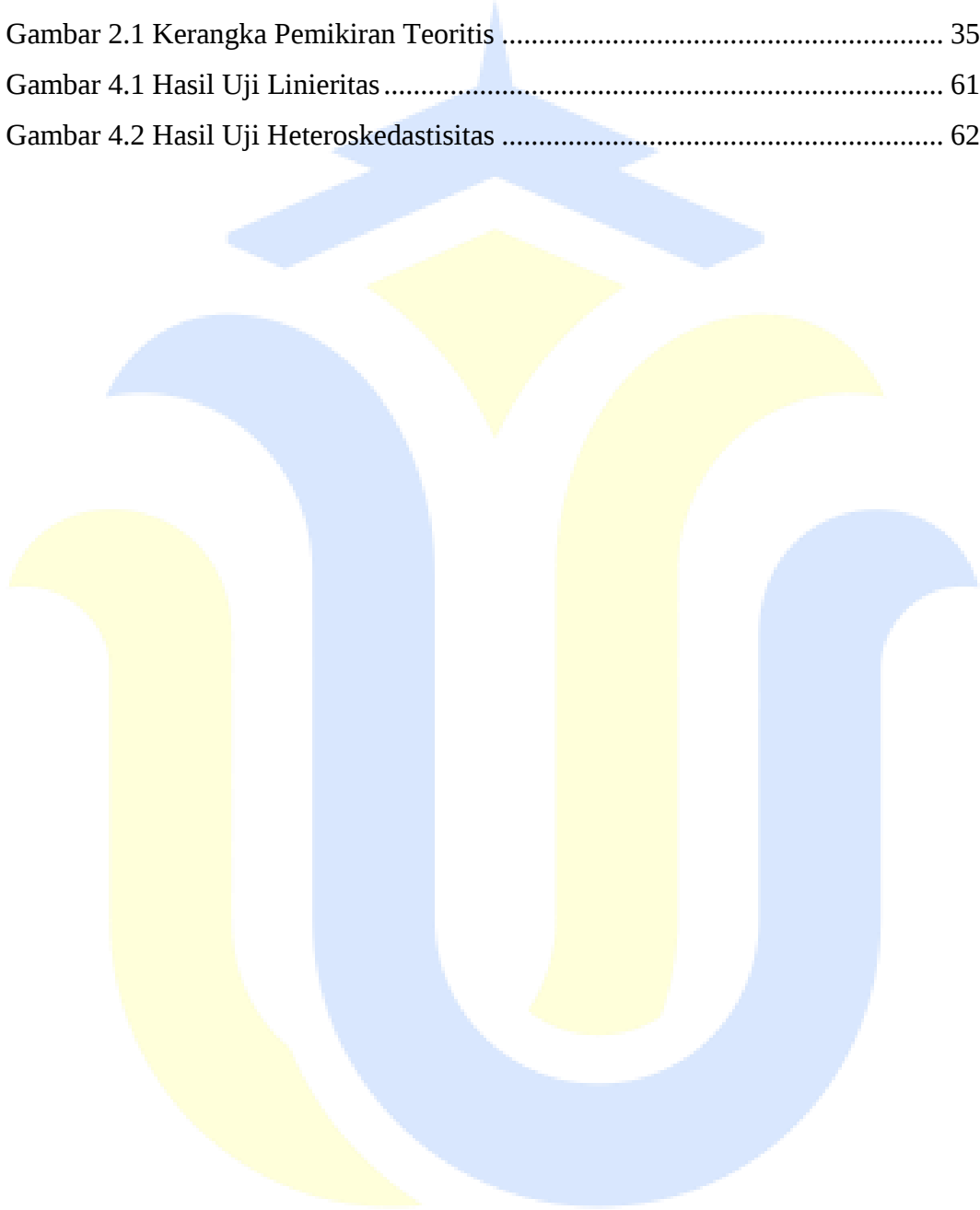
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	52
4.1.1. Gambaran Umum Dealer Yamaha Mataram Sakti di Pati	52
4.1.2. Gambaran Umum Populasi Penelitian	53
4.2. Analisis Data	56
4.2.1. Hasil Pengujian Validitas	56
4.2.2. Uji Reliabilitas.....	57
4.2.3. Uji Asumsi Klasik	59
4.3. Pembahasan.....	69
BAB V PENUTUP	72
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	78

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Market Share Produsen Sepeda Motor di Indonesia	2
Tabel 3.1 Skala Likert.....	43
Tabel 4.1 Statistik Deskripsi Sampel	53
Tabel 4.2 Hasil Tanggapan Responden pada Citra Merek (X1).....	53
Tabel 4.3 Hasil Tanggapan Responden pada Pengetahuan Produk (X2)	54
Tabel 4.4 Hasil Tanggapan Responden pada Desain Produk (X3).....	54
Tabel 4.5 Hasil Tanggapan Responden pada <i>Word of Mouth</i> (X4).....	55
Tabel 4.6 Hasil Tanggapan Responden pada Minat Beli (Y)	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	58
Tabel 4.9 Hasil Hasil Item-Total Statistics	58
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Setelah Perbaikan.....	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Setelah Perbaikan.....	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi	63
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	63
Tabel 4.15 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	64
Tabel 4.16 Hasil Uji t.....	66
Tabel 4.17 Hasil Uji f.....	67
Tabel 4.18 Hasil Koefisien Determinasi	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Penjualan Motor NMAX Tahun 2023	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	35
Gambar 4.1 Hasil Uji Linieritas	61
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	62



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	78
Lampiran 2 Data Hasil Kuesioner Responden.....	73
Lampiran 3 Frekuensi Data.....	76
Lampiran 4 Analisis SPSS	79

