



**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, PERSEPSI HARGA,
CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPEDA MOTOR
MEREK SCOOPY (STUDI PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

SITI MUSTABSIROH

202011263

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**



**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, PERSEPSI HARGA,
CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPEDA MOTOR
MEREK SCOOPY (STUDI PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

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

Oleh:

SITI MUSTABSIROH

202011263

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

TAHUN 2025

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, PERSEPSI HARGA, CITRA
MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA SEPEDA MOTOR MEREK SCOOPY (STUDI PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Nama : Siti Mustabsiroh

NIM : 202011263

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian

Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 12 Maret 2025

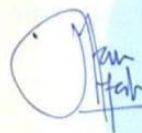
Pembimbing I



(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)

NIDN. 0628048702

Pembimbing II



(Keke Tamara Fahira, S.E., M.M)

NIDN. 0630109701

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E.; M.M)

NIDN. 0024037701

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, PERSEPSI HARGA, CITRA
MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA SEPEDA MOTOR MEREK SCOOPY (STUDI PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Nama : Siti Mustabsiroh

NIM : 202011263

Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 13 Maret 2025

Mengetahui,
Ketua Program Studi



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)

NIDN. 0024037701

Pembimbing I



(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)

NIDN. 0628048702

Mengetahui,
Dekan



(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M)

NIDN. 0616077304

Pembimbing II



(Keke Tamara Fahira, S.E., M.M)

NIDN. 0630109701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah :5)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah :286)

“Orang tua dirumah menanti kepulanganmu dengan hasil yang membanggakan, jangan kecewakan mereka. Simpan keluhmu, sebab letihmu tak sebanding dengan perjuangan mereka untuk menghidupimu.”

Persembahan:

1. Kedua Orang Tua Tercinta
2. Diri Sendiri
3. Almamater Universitas Muria
Kudus

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, hidayah dan karunianya. Sehingga saya sebagai penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Daya Tarik Iklan, Persepsi Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepeda Motor Merek Scoopy (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muria Kudus).”

Tujuan dari penyusunan skripsi ini yaitu sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi guna melengkapi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mengalami kendala, namun berkat motivasi, bimbingan dan bantuan semua pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis juga mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah mendapatkan dukungan. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., 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. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah mengarahkan dan membimbing serta meluangkan waktu dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.

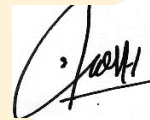
5. Keke Tamara Fahira, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah mengarahkan dan membimbing serta meluangkan waktu dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.
6. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ilmu selama penulis menempuh pendidikan.
7. Terimakasih kepada Bapak Sutikno dan Ibu Sulastri selaku kedua orang tua saya, tiada kata yang dapat mewakili atas dukungan, kasih sayang, materi serta pengorbanan yang tiada henti selalu mendukungku, serta doa yang senantiasa ada dan terus mengalir tanpa batas. Dan semoga sehat selalu di beri kesempatan melihatku sukses, aamin.
8. Terimakasih kepada Mbah Sawi dan Mbak Mayangsari yang senantiasa mendoakan dan memberikan semangat kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Terimakasih kepada Mas Dwi Hartadi dan Mbak Novie Aldhiani, selama dalam kuliah dan menyelesaikan skripsi ini selalu mendukung dan menolong saya dalam segi apapun.
10. Terimakasih kepada Adik-adik saya Nur Indrayani dan Abisatya Giandra Adhitama, yang selalu menghibur saya dengan canda tawa dan menjadi penyemangat saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Semua pihak yang terlibat yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, yang telah ikut membantu dan memotivasi dalam penyelesaian skripsi ini dari awal hingga akhir.

12. Terakhir, saya ucapkan kepada diri sendiri yang telah berusaha keras dan berjuang sampai titik ini dari awal hingga akhir.

Penulis menyadari dalam menyusun skripsi masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun diterima oleh penulis untuk lebih baik lagi. Penulis berharap skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi semua pihak.

Kudus, 11 Maret 2025

Penulis



Siti Mustabsiroh

NIM. 202011263

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, PERSEPSI HARGA, CITRA
MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA SEPEDA MOTOR MEREK SCOOPY (STUDI PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Siti Mustabsiroh
202011263

Pembimbing: 1. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M
2. Keke Tamara Fahira, S.E., M.M

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

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Persepsi Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepeda Motor Merek Scoopy (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muria Kudus). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Muria Kudus yang memiliki sepeda motor Honda Scoopy. Teknik dalam pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah 140 responden. Uji instrumen dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Daya tarik iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, Persepsi harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, Citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Daya Tarik Iklan, Persepsi Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

THE EFFECT OF ADVERTISING ATTRACTIVENESS, PRICE PERCEPTION, BRAND IMAGE, AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISION FOR SCOOPY BRAND MOTORCYCLE (STUDY ON STUDENTS OF UNIVERSITAS MURIA KUDUS)

Siti Mustabsiroh
202011263

Supervisor: 1. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M
2. Keke Tamara Fahira, S.E., M.M

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

ABSTRACT

This study aims to analyze the Influence of Advertising Appeal, Price Perception, Brand Image, and Product Quality on Purchasing Decisions on Scoopy Brand Motorcycles (Study on Students of Muria Kudus University). The population in this study were active students of Muria Kudus University who own Honda Scoopy motorcycles. The sampling technique used purposive sampling method with 140 respondents. The instrument test in this study used validity test and reliability test. The results of the study showed that Advertising appeal influenced purchasing decisions, Price perception did not influence purchasing decisions, Brand image influenced purchasing decisions, Product quality influenced purchasing decisions.

Keywords: Advertising Attractiveness, Price Perception, Brand Image, Product Quality, Purchasing Decisions.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	13
1.3 Perumusan Masalah.....	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Manfaat Penelitian.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Teori Perilaku Konsumen.....	17
2.2 Daya Tarik Iklan.....	17
2.3 Persepsi Harga.....	21
2.4 Citra Merek	23
2.5 Kualitas Produk	26
2.6 Keputusan Pembelian.....	29
2.7 Pengaruh Antar Variabel	34
2.8 Tinjauan Peneliti Terdahulu	37
2.9 Kerangka Pemikiran Teoritis	40
2.10 Hipotesis.....	41

BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Rancangan Penelitian	42
3.2 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional Variabel.....	42
3.3 Jenis dan Sumber Data	48
3.4 Populasi dan Sampel	49
3.5 Pengumpulan Data	50
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	51
3.7 Pengolahan Data.....	52
3.8 Analisis Data	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	58
4.1.1 Profil Honda Scoopy.....	58
4.1.2 Visi dan Misi.....	59
4.2 Penyajian Data.....	59
4.2.1 Deskripsi Responden	59
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel	61
4.3 Uji Instrumen Penelitian.....	65
4.3.1 Uji Validitas.....	65
4.3.2 Uji Reliabilitas	67
4.4 Analisis Data	68
4.4.1 Analisis Statistik Deskriptif	68
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	69
4.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda	72
4.4.4 Uji Hipotesis	74
4.5 Pembahasan	78
4.5.1 Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	78
4.5.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	79
4.5.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	80
4.5.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	81

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	90



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Data Market Share Penjualan Sepeda Motor Tahun 2023.....	2
Tabel 1. 2 Data Harga Sepeda Motor Honda Tahun 2024.....	7
Tabel 1. 3 Top Brand Award Tahun 2021-2024.....	9
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	51
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Angkatan.....	61
Tabel 4. 4 Variabel Daya Tarik Iklan.....	62
Tabel 4. 5 Variabel Persepsi Harga.....	63
Tabel 4. 6 Variabel Citra Merek.....	63
Tabel 4. 7 Variabel Kualitas Produk.....	64
Tabel 4. 8 Variabel Keputusan Pembelian.....	65
Tabel 4. 9 Uji Validitas.....	66
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4. 11 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	68
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas.....	70
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	71
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	72
Tabel 4. 15 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	73
Tabel 4. 16 Hasil Uji t.....	75
Tabel 4. 17 Hasil Uji F.....	76
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	77

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Ulasan Konsumen Terhadap Honda Scoopy.....	5
Gambar 1. 2 Iklan Sepeda Motor Honda Scoopy 2024	6
Gambar 1. 3 Tampilan Honda Scoopy 2024.....	10
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis	40



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Surat Penelitian dan Kuesioner	91
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	98
Lampiran 3 Uji Statistik Deskriptif.....	109
Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	111
Lampiran 5 Pengujian Asumsi Klasik dan Uji Regresi Berganda	118
Lampiran 6 Tabel-tabel Statistik.....	122
Lampiran 7 Surat Permohonan Ijin Penelitian dan Surat Balasan Ijin Penelitian	126