

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR  
MEREK HONDA PADA MAHASISWA FAKULTAS  
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS  
KRISTEN INDONESIA**

**SKRIPSI**

Oleh

Andreas Maleaki

2031150036



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA  
JAKARTA  
2024**

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR  
MEREK HONDA PADA MAHASISWA FAKULTAS  
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS  
KRISTEN INDONESIA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana  
Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Kristen Indonesia

Oleh

Andreas Maleaki

2031150036



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA  
JAKARTA  
2024**



## PERNYATAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andreas Maleaki  
NIM : 2031150036  
Program Studi : SI Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul : "PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK HONDA PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA".

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi skripsi saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka skripsi ini dianggap batal.

Jakarta, 29 Januari 2024

  
METERAI TEMPEL  
78CJFAKX843189633  
(Andreas Maleaki)





UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

**PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI**

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK HONDA PADA  
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**

Oleh:

Nama : Andreas Maleaki  
NIM : 2031150036  
Program Studi : S1 Manajemen  
Peminatan : Pemasaran

telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Skripsi  
guna mencapai gelar Sarjana Sastra Satu / pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia,

Jakarta, 29 Januari 2024

Menyetujui:

Pembimbing I

(Carolina F. Sembiring, S.E., MM.)

NIDN : 0316077002

Pembimbing II

(Nenny Anggraini, S.E., M.Psi.)

NIDN: 9990253490

Ketua Program Studi S1 Manajemen

(Jhony Siagian, S.E., MMA)

Dekan

(Dr. Ir Ktut Silvanita Mangani, M.A)





UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Pada 29 Januari 2024 telah diselenggarakan Sidang Skripsi untuk memenuhi Sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama : Andreas Maleaki  
NIM : 2031150036  
Program Studi : S1 - Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

termasuk ujian Skripsi yang berjudul "PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK HONDA PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA" oleh tim penguji yang terdiri dari

Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1. Fenny B.N.L. Tobing, SE., MMA	Sebagai Ketua	
2. Rutman Lumbantoran, SE., MM.	Sebagai Sekretaris	
3. Carolina F. Sembiring, SE., MM.	Sebagai Anggota	

Jakarta, 29 Januari 2024





## PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andreas Maleaki

NIM : 2031150036

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : SI Manajemen

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Judul : Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia,

Menyatakan bahwa:

1. Skripsi tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Skripsi tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Noneksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundangan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Jakarta, 29 Januari 2024

(Andreas Maleaki)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur pada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia”**. Penulisan skripsi ini diajukan untuk mengikuti sidang skripsi dan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia.

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik. Oleh sebab itu, dalam kesempatan ini, penulis secara khusus menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

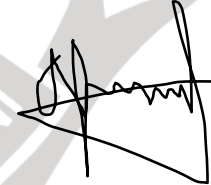
1. Dr. Dhaniswara K. Harjono S.H., M.H., M.B.A., Selaku Rektor Universitas Kristen Indonesia
2. Ibu Dr. Ir Ktut Silvanita Mangani, M.A., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia
3. Ibu Arya Gina Tarigan, S.E., M.Ak., Selaku wakil dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia.
4. Bapak Jhony Siagian, S.E., MMA, Selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia.
5. Ibu Carolina F. Sembiring, SE., MM., Selaku Dosen Pembimbing Materi yang telah banyak meluangkan waktu ditengah kesibukannya untuk membimbing saya dan memberikan masukan serta arahan dalam penyusunan penulisan tugas akhir saya, sehingga saya dapat menyelesaikannya dengan mudah dan baik.
6. Ibu Nenny Anggraini, S.E., M.Psi., Selaku Dosen Pembimbing Teknis yang telah banyak membantu dan memberikan masukan dan saran dalam penyusunan tugas akhir saya.
7. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mendidik dan memberi ilmu selama perkuliahan dan seluruh staf yang selalu sabar melayani segala administrasi selama proses penelitian ini.

8. Keluarga Saya mama, papa, kakak, dan keluarga semuanya yang sudah memberikan motivasi penuh dan mendoakan untuk saya menyelesaikan skripsi ini.
9. Angel Intan Valenty T selaku kekasih saya yang terus memberikan dukungan dengan tulus untuk berjuang menyelesaikan skripsi ini hingga tuntas.
10. Semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu-persatu dalam kontribusinya dan dukungan kepada penyusun.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Kiranya penelitian ini dapat bermanfaat, serta memberikan ilmu yang baru dan lebih lagi bagi pembaca. Akhir kata, dengan segala rasa syukur penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak.

Jakarta 29 Januari 2024

Penulis



Andreas Maleaki



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I .....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Hipotesis Penelitian .....	8
1.6 Ruang Lingkup.....	8
1.7 Kerangka Berpikir.....	9
<b>BAB II.....</b>	<b>10</b>
<b>URAIAN TEORITIS.....</b>	<b>10</b>
2.1 Kajian Teoritis .....	10
2.2 Pemasaran .....	10
2.2.1 Pengertian Pemasaran .....	10
2.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	11
2.2.3 Bauran Pemasaran .....	12
2.3 Citra Merek.....	13
2.3.1 Pengertian Citra.....	13

2.3.2	Pengertian Merek .....	13
2.3.3	Pengertian Citra Merek .....	14
2.3.4	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Citra Merek.....	15
2.3.5	Syarat-Syarat Memilih Merek.....	15
2.3.6	Dimensi Citra Merek.....	16
2.3.7	Indikator Citra Merek.....	17
2.4	Harga.....	18
2.4.1	Pengertian Harga .....	18
2.4.2	Penetapan Harga.....	19
2.4.3	Tujuan dari Penetapan Harga .....	20
2.4.4	Indikator Harga .....	21
2.5	Kualitas Produk.....	22
2.5.1	Pengertian Kualitas Produk.....	22
2.5.2	Indikator Kualitas Produk .....	23
2.6	Keputusan Pembelian.....	24
2.6.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	24
2.6.2	Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan.....	25
2.6.3	Indikator Keputusan Pembelian .....	25
2.7	Keterkaitan antara Variabel Penelitian .....	26
2.7.1	Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.7.2	Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.7.3	Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	27
2.7.4	Hubungan citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian .....	28
2.8	Penelitian Terdahulu .....	29
<b>BAB III .....</b>		<b>33</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>33</b>
3.1	Desain Penelitian .....	33
3.2	Waktu dan Tempat Penelitian.....	33
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian .....	33
3.3.1	Populasi Penelitian .....	33
3.3.2	Sampel Penelitian.....	34
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	34

3.4.1	Sumber data.....	35
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.4.3	Jenis Data .....	36
3.5	Definisi Operasional dan Variabel Operasional Penelitian .....	37
3.5.1	Definisi Operasional.....	37
3.5.2	Indikator Variabel Penelitian .....	38
3.6	Hipotesis .....	40
3.7	Uji Instrumen Penelitian .....	41
3.7.1	Uji Statistik Deskriptif .....	41
3.7.2	Uji Validitas .....	41
3.7.3	Reliabilitas.....	42
3.8	Uji Asumsi Klasik.....	43
3.8.1	Uji Normalitas.....	43
3.8.2	Uji Multikolinearitas .....	44
3.8.3	Uji Heteroskedastisitas.....	44
3.9	Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
3.10	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	45
3.11	Uji Hipotesis .....	46
3.11.1	Uji t (Parsial).....	46
3.11.2	Uji F (Simultan) .....	46
3.12	Transformasi Data.....	47
<b>BAB IV</b>	.....	<b>48</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>48</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	48
4.1.1	Sejarah singkat perusahaan produk Sepeda Motor merek Honda.....	48
4.1.2	Profil, Visi, dan Misi Perusahaan Sepeda Motor merek Honda.....	48
4.2	Deskripsi Responden .....	48
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan .....	49
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Gender</i> Responden .....	49
4.3	Uji Instrumen Penelitian .....	50
4.3.1	Uji Validitas .....	50
4.3.2	Uji Reabilitas.....	54
4.4	Hasil Analisis Deskriptif.....	56



4.4.1	Statistik Deskriptif Responden.....	56
4.4.2	Statistik Deskriptif Variabel.....	70
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	75
4.5.1	Hasil Uji Normalitas.....	75
4.5.2	Hasil Uji Multikolinearitas.....	76
4.5.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	77
4.6	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	79
4.7	Hasil Koefisien Determinasi.....	80
4.8	Hasil Uji Hipotesis.....	81
4.8.1	Hasil Uji t ( Parsial).....	81
4.8.2	Hasil Uji F (Simultan).....	82
4.9	Implikasi Manajerial.....	83
4.9.1	Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda.....	83
4.9.2	Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda.....	84
4.9.3	Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda.....	85
4.9.4	Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda.....	86
<b>BAB V</b>	.....	<b>88</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	.....	<b>88</b>
5.1	Kesimpulan.....	88
5.2	Saran.....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>90</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>92</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1 Ketentuan Pengukuran Instrument Penelitian.....	37
Tabel 3.2 Indikator Variabel Penelitian.....	39
Tabel 4.1 Tahun Angkatan Responden.....	49
Tabel 4.2 Gender Responden.....	50
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	51
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	52
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Reabilitas Citra Merek.....	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Reabilitas Variabel Harga.....	55
Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas Variabel Kualitas Produk.....	55
Tabel 4.10 Hasil Uji Reabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 4.11 Sepeda Motor Merek Honda Memiliki Peforma Berkualitas.....	56
Tabel 4.12 Sepeda Motor Merek Honda Anda Kenal Dan Memiliki Citra Positif Di Masyarakat.....	57
Tabel 4.13 Merek Honda Memiliki Beragam Variasi Tipe Dan Model Yang Menarik	57
Tabel 4.14 Sepeda Motor Merek Honda Mudah Anda Ingat Sebagai Moda Transportasi.....	58
Tabel 4.15 Merek Honda Mudah Anda Ucapkan.....	58
Tabel 4.16 Sepeda Motor Merek Honda Mudah Anda Temukan Di Semua Dealer Motor.....	59
Tabel 4.17 Sepeda Motor Honda Apabila Ingin Dijual Kembali Harga Nya Tidak Terlalu Turun.....	59
Tabel 4.18 Harga Sepeda Motor Honda Terjangkau Bagi Anda.....	60
Tabel 4.19 Sepeda Motor Merek Honda Memiliki Harga Yang Sesuai Dengan Harapan Anda.....	60
Tabel 4.20 Harga Sepeda Motor Honda Sesuai Dengan Kualitas Produk Yang Ditawarkan.....	61
Tabel 4.21 Sepeda Motor Honda Memiliki Harga Yang Sesuai Dengan Manfaat Manfaat Yang diberikan pada Anda.....	61

Tabel 4.22 Sepeda Motor Honda Memiliki Harga Yang Terjangkau Di Pasaran Dibandingkan Merek Lain.....	62
Tabel 4.23 Sepeda Motor Honda Sering Mengadakan Diskon Dibandingkan Merek Lain.....	62
Tabel 4.24 Sepeda Motor Honda Dapat Digunakan Lebih Dari 5 Tahun, Sesuai Dengan Perawatannya.....	63
Tabel 4.25 Sepeda Motor Merek Honda Memiliki Layanan Garansi Yang Cukup Lama Yaitu 3 Tahun.....	63
Tabel 4.26 Sepeda Motor Merek Honda Mudah Digunakan Oleh Konsumen.....	64
Tabel 4.27 Sepeda Motor Honda Sesuai Dengan Standar Dan Kualitas Yang Ditawarkan.....	64
Tabel 4.28 <i>Sparepart</i> Sepeda Motor Honda Awet Dalam Penggunaannya.....	65
Tabel 4.29 Penampilan Sepeda Motor Merek Honda Menarik Sesuai Dengan Harapan Anda.....	65
Tabel 4.30 Informasi Dari Setiap Produk Sepeda Motor Merek Honda Dapat Ditemukan Dengan Mudah Melalui Websitenya.....	66
Tabel 4.31 <i>Sparepart</i> Sepeda Motor Honda Mudah Diperoleh Dengan Kualitas Yang Baik.....	66
Tabel 4.32 Saya Membeli Sepeda Motor Merek Honda Karena Kualitas Nya Yang Baik.....	67
Tabel 4.33 Saya Membeli Sepeda Motor Merek Honda Karena Harga Nya Yang Terjangkau.....	67
Tabel 4.34 Saya Membeli Sepeda Motor Merek Honda Karena Ketahanan Produknya Yang Cukup Lama.....	68
Tabel 4.35 Saya Membeli Sepeda Motor Merek Honda Karena Sesuai Dengan Kebutuhan Saya.....	68
Tabel 4.36 Saya Menggunakan Sepeda Motor Honda Karena Nyaman Sesuai Harapan Saya.....	69
Tabel 4.37 Saya Menggunakan Sepeda Motor Merek Honda Atas Saran Dari Teman Dan Kerabat.....	69
Tabel 4.38 Deskripsi Variabel Citra Merek.....	70
Tabel 4.39 Deskripsi Variabel Harga.....	71



Tabel 4.40 Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	72
Tabel 4.41 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	74
Tabel 4.42 Hasil Uji Normalitas Secara Statistik.....	76
Tabel 4.43 Hasil Uji Multikolinearitas.....	77
Tabel 4.44 Hasil Uji Heteroskedastisitas Secara Statistik.....	79
Tabel 4.45 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	79
Tabel 4. 46 Hasil Koefisien Determinasi.....	81
Tabel 4.47 Hasil Uji t.....	82
Tabel 4.47 Hasil Uji F.....	83



## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR – 1.1 Grafik Penjualan Sepeda Motor Domestik Tahun 2022 .....	2
GAMBAR – 1.2 Grafik Penjualan Sepeda Motor Honda Tahun 2008-2020...	4
GAMBAR – 1.3 Kerangka Berpikir.....	9
GAMBAR – 4.1 Hasil Uji Normalitas Secara Grafik .....	75
GAMBAR – 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas Secara Grafik .....	78



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN – 1 Kuesioner Penelitian .....	xvix
LAMPIRAN – 2 Tabulasi Skor Variabel .....	95i
LAMPIRAN – 3 Hasil Uji Transformasi Data.....	108
LAMPIRAN – 4 Hasil Uji Validitas .....	xxxv
LAMPIRAN – 5 Hasil Uji Reabilitas.....	xli
LAMPIRAN – 6 Hasil Uji Normalitas .....	xliii
LAMPIRAN – 7 Hasil Uji Multikolinearitas .....	xliv
LAMPIRAN – 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	xlvi
LAMPIRAN – 9 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	xlvi
LAMPIRAN – 10 Hasil Uji Hipotesis.....	xlvii





## ABSTRAK

Penelitian ini dapat bertujuan untuk menganalisis dan memahami faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor merek Honda di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia, dengan tiga variabel utama yang menjadi fokus penelitian ini antara lain citra merek, harga, dan kualitas produk. Sumber data yang digunakan dalam pendalaman penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari survei kuesioner yang telah disebarakan kepada responden dengan menggunakan pengujian *purposive sampling*, dan populasi dalam pengujian penelitian ini adalah 70% dari total mahasiswa FEB UKI angkatan 2020, 2021, 2022 yang terdaftar aktif di semester Gasal TA 2023/2024. Sampel yang diambil dalam pengujian penelitian ini yaitu 62 responden. Dalam pengujian penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu citra merek, harga dan kualitas produk, selain itu variabel dependennya yaitu keputusan pembelian. Analisis yang digunakan didalam penelitian ini yaitu meliputi uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, koefisien Determinasi ( $R^2$ ), uji t dan uji F. Sebagai referensi dan data tambahan untuk penelitian ini diperoleh melalui penulisan studi kepustakaan melalui buku, jurnal, peneliti terdahulu dan sumber data lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Ada pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda. (2) ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda. (3) ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda (4) Ada pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda.

**Kata Kunci :** Citra merek, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

*This research aims to analyze and understand the factors that influence the decision to purchase a Honda brand motorbike among students at the Faculty of Economics and Business, Indonesian Christian University, with the three main variables studied in this research being brand image, price and product quality. The data source used in this research is primary data obtained from questionnaires that have been distributed to respondents using purposive sampling, and the population in this research is 70% of the total FEB UKI students class of 2020, 2021, 2022 who are actively registered in the Odd semester. FY 2023/2024. The sample taken in this research was 62 respondents. In this research, the independent variables are brand image, price and product quality, while the dependent variable is purchasing decisions. The analysis used in this research includes validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination ( $R^2$ ), t test and F test. As a reference and additional data for this research was obtained through literature study through books, journals, previous researchers and other data sources related to this research. The results of this research show that: (1) There is an influence of brand image on purchasing decisions for Honda brand motorbikes. (2) there is an influence of price on the decision to purchase a Honda brand motorbike. (3) there is an influence of product quality on the decision to purchase a Honda brand motorbike (4) There is an influence of brand image, price and product quality on the decision to purchase a Honda brand motorbike.*

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