

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR
HONDA DI SURABAYA**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

MUHAMMAD RAMADHAN
19012010312/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2025

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOTOR HONDA DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai
Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi
Manajemen**



Diajukan Oleh :

MUHAMMAD RAMADHAN
19012010312/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2025

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOTOR HONDA DI SURABAYA

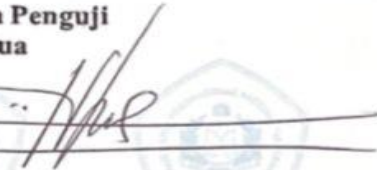
Disusun Oleh :
MUHAMMAD RAMADHAN
19012010312/FEB/EM

Telah dipertahankan Dihadapan
Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 17 Juli 2025

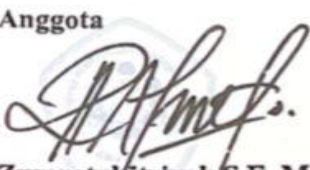
Pembimbing Utama


Drs. Ec. Hery Pudjioprastvono, M.M
NIP. 196203181988031002

Tim Penguji
Ketua


Drs. Ec. Siti Aminah, M.M.
NIP. 196107121988032001

Anggota


Zumrotulfitriyah, S.E., M.M.
NIPPPK. 198012182024212011

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur


Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP.
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Ramadhan
NPM : 19012010312
Program : Sarjana(S1)
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 26 Juni 2025
Yang Membuat pernyataan



Muhammad Ramadhan
NPM. 19012010312

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya karena atas izin-Nya lah peneliti dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda di Surabaya”

Dalam menyusun penelitian ini, peneliti sebagai manusia biasa dengan segala kekurangan dan keterbatasan, sepenuhnya tidak sedikit peneliti menemukan kesulitan dan hambatan dalam panyusunan proposal penelitian ini . Akan tetapi berkat pertolongan , bantuan, bimbingan dan petunjuk yang diperoleh dari berbagai pihak maka segala kesulitan dan hambatan tersebut dapat teratasi dan peneliti dapat menyelesaikan laporan proposal penelitian ini dengan baik .

Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar – besarnya kepada segala pihak yang telah memberikan bimbingan, petunjuk serta bantuan baik moril maupun materil, khususnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT., IPU selaku rektor Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CFP. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani,S.E., M.SI selaku koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Bapak Drs. Ec. Hery Pudjoprastyono, M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam menyusun proposal penelitian skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis
6. Kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan moril serta materil kepada penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kebaikan laporan ini. Akhir kata, peneliti berharap bahwa laporan ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 28 Mei 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
ABSTRAK.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.1.1 Pemasaran.....	14
2.1.2 Manajemen Pemasaran	14
2.1.3 Mutu Komuditas.....	15
2.1.4 Reputasi Merek.....	19
2.1.5 Putusan Pembelian	21
2.2 Keterhubungan Antar Peubah.....	24
2.2.1 Keterhubungan antara Mutu Komuditas dengan Putusan Membeli	24
2.2.2 Keterhubungan antara Reputasi Merek dengan Putusan Membeli ...	25
2.3 Kerangka Konseptual	26
2.4 Hipotesis	26

BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran	28
3.1.1 Definisi Operasional Peubah	28
3.1.2 Pengukuran Peubah	30
3.2 Teknik Pengambilan Sampel	31
3.2.1 Populasi	31
3.2.2 Sampel	32
3.3 Cara Pengumpulan Data	33
3.3.1 Jenis Data.....	33
3.3.2 Sumber Data	33
3.3.3 Pengumpulan Data.....	33
3.4 Pengujian Validitas dan Reabilitas	34
3.4.1 Pengujian Validitas.....	34
3.4.2 Pengujian Reabilitas	35
3.5 Cara Kajian dan Pengujian Hipotesis	35
3.5.1 Cara Kajian Data.....	35
3.5.2 Model Parameter Refleksi dan Formatif.....	36
3.5.3 Asumsi PLS	44
3.5.4 Ukuran Sampel	44
BAB IV PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
4.1.1 Sejarah Perusahaan	46
4.1.2 Visi Misi Perusahaan	48

4.1.3 Nilai Perusahaan	49
4.1.4 Logo Perusahaan.....	51
4.2 Deskriptif Riset.....	54
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	54
4.2.2 Deskripsi Peubah	55
4.3 Kajian Data	60
4.3.1 Interpretasi Hasil Olah Data PLS	60
4.4 Pembahasan.....	68
4.4.1 Implikasi Mutu Komuditas Atas Putusan Membeli.	68
4.4.2 Implikasi Reputasi Merek Atas Putusan Membeli.....	69
BAB V KESIMPULAN & SARAN	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Motor Nasional.....	3
Tabel 1.2 Data Penjualan Dosmetik	5
Tabel 3.1 Skala Bobot Indikator.....	31
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	55
Tabel 4.2 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk.....	56
Tabel 4.3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Citra Merek	58
Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian	59
Tabel 4.5 Outer Loadings	61
Tabel 4.6 Cross Loading.....	62
Tabel 4.7 Average Variance Extracted (AVE)	63
Tabel 4.8 Composite Reliability.....	64
Tabel 4.9 Latent Variable Correlations	64
Tabel 4.10 R Square	65
Tabel 4.11 Path Coefficients.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1Postingan dari Akun yang Mengomentari Kualitas Motor Honda Terbaru	7
Gambar 1. 2 Postingan dari Akun Resmi Honda, yang Dikomentari Oleh Netizen Tentang Kualitas Produk Mereka.....	7
Gambar 1. 3Postingan dari Honda yang Menunjukkan Kelebihan Fitur Terbaru dari Motor Mereka, Akan Tetapi Para Netizen Masih Membahas dan Mencela Dikarenakan Kasus Rangka eSAF	7
Gambar 1. 4 Postingan dari Akun yang Mengomentari Kualitas Motor Honda Terbaru	8
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	26
Gambar 3. 1 Model Indikator Reflektif	37
Gambar 3.2 Tahapan PLS.....	39
Gambar 3.3 Diagram Jalur.....	40
Gambar 4.1 Logo Motor Honda 1947	51
Gambar 4.2 Logo Motor Honda 1948	51
Gambar 4.3 Logo Motor Honda 1953	52
Gambar 4.4 Logo Motor Honda 1950s/60s	52
Gambar 4.5 Logo Motor Honda 1973	53
Gambar 4.6 Logo Motor Honda 1980	53
Gambar 4.7 Logo Motor Honda 1988	54
Gambar 4.8 Outer Model.....	60
Gambar 4.9 Inner Model	67

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA DI SURABAYA

Oleh :

MUHAMMAD RAMADHAN
19012010312/FEB/EM

ABSTRAK

Perekonomian Indonesia saat ini berkembang pesat, berkat perkembangan teknologi yang pesat. Dari permintaan primer hingga permintaan sekunder Indonesia akhirnya menjadi pangsa pasar terbesar/global yang dibutuhkan distributor. Pertumbuhan ekonomi Indonesia tetap kuat ditengah pelemahan global. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan pertumbuhan ekonomi Indonesia pada triwulan I tahun 2023 tercatat sebesar 5,03% (dibanding periode tahun lalu), sedikit meningkat dibanding pertumbuhan 5,01% (dibandingkan periode yang sama tahun lalu) pada triwulan sebelumnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda di Surabaya baik pengaruh secara simultan maupun parsial.

Jenis penelitian ini adalah konsumen yang memakai motor Honda yang berusia 22-30 tahun yang telah melakukan minimal satu kali pembelian motor Honda di Surabaya. Sampel penelitian ini berjumlah 84 responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel acak sederhana (simple random sampling). Pengumpulan data dengan menggunakan kuisioner sebagai sumber data primer penelitian. Sedangkan teknik pengolahan data yang digunakan adalah PartialLeastSquare (PLS).

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk dan Citra Merek berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda di Surabaya.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian