

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI  
NILAI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR MATIC  
HONDA SCOOPY DI KOTA SURABAYA**

**SKRIPSI**



Oleh :

**MUKHAMAD IKSAN**

**NPM. 22042010014**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA  
2026**



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI  
NILAI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR MATIC  
HONDA SCOPY DI KOTA SURABAYA**

**SKRIPSI**



Oleh :

**MUKHAMAD IKSAN**

**NPM. 22042010014**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA**

**2026**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI  
NILAI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR MATIC HONDA  
SCOOPIY DI KOTA SURABAYA**

**Disusun Oleh:**

**MUKHAMAD IKSAN**  
**NPM. 22042010014**

**Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi**

**Menyetujui,**

**PEMBIMBING UTAMA**

**R. Yuniardi Ruslianto, S.Sos., M.Si**  
**NIP. 197206132021211003**

**Mengetahui,**

**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK**

**Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.**  
**NIP. 196804182021211006**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI NILAI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR MATIC  
HONDA SCOOPY DI KOTA SURABAYA**

Oleh :

**MUKHAMAD IKSAN**

**NPM. 22042010014**

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada tanggal 25 Juni 2026

**Pembimbing Utama**

**Tim Penguji**

1. Ketua

**R. Yuhardi Rusdianto, S.Sos., M.Si**

**NIP. 197206132021211003**

**Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A**

**NIP. 197712042025211022**

2. Sekretaris

**Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB**

**NPT. 21219920526338**

3. Anggota

**Sumamah Fauziah, S.AB., M.AB**

**NIP. 199312072022032015**

**Mengetahui,**

**DEKAN**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN ILMU POLITIK**

**Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si**

**NIP. 196804182021211006**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mukhamad Iksan  
NPM : 22042010014  
Program : Sarjana (S1)  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi/~~Tesis/Disertasi~~ 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/~~Tesis/Disertasi~~ 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, 1 Juli 2026  
Yang Membuat pernyataan



Mukhamad Iksan  
NPM.22042010014

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat, taufik, dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Nilai terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Honda Scoopy di Kota Surabaya” dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada Bapak R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos., M.Si, selaku Dosen Pembimbing, atas bimbingan, arahan, serta motivasi yang diberikan selama proses penyusunan skripsi ini.

Selain itu, peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak berikut:

1. Bapak Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A, selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Program Studi Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, serta wawasan selama masa perkuliahan.
4. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan motivasi kepada peneliti sejak awal perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
5. Teman-teman seperjuangan Program Studi Administrasi Bisnis, khususnya angkatan 2022, yang telah menjadi rekan diskusi serta saling memberikan dukungan selama proses studi.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan penelitian ini di masa yang akan datang. Peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Surabaya, 25 Juni 2026

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat Penelitian.....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	15
2.1 Penelitian Terdahulu .....	15
2.2 Landasan Teori .....	20
2.2.1 Pemasaran.....	20
2.2.2 Citra Merek .....	24
2.2.3 Kualitas Produk .....	28
2.2.4 Persepsi Nilai.....	32
2.2.5 Keputusan Pembelian.....	35
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	39
2.4 Kerangka Berpikir .....	40
2.5 Hipotesis.....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	43
3.1 Jenis Penelitian .....	43
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	44

3.2.1 Definisi Operasional Variabel.....	44
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	50
3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	51
3.3.1 Populasi.....	51
3.3.2 Sampel.....	51
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	53
3.4 Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.4.1 Jenis Data.....	54
3.4.2 Sumber Data Responden.....	54
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.5 Teknik Analisis Data.....	55
3.5.1 Uji Validitas.....	56
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	57
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	58
3.5.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
3.5.5 Uji Hipotesis.....	61
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>66</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	66
4.1.1. Sejarah Honda.....	66
4.1.2. Sejarah Munculnya Scoopy di Indonesia.....	67
4.1.3. Visi dan Misi Perusahaan.....	68
4.2. Penyajian Data dan Deskripsi Penelitian.....	68
4.2.1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	68
4.2.2. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	71
4.3. Analisis dan Hasil Penelitian.....	82
4.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	82
4.3.2. Uji Asumsi Klasik.....	85
4.3.3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	88
4.3.4. Uji Hipotesis.....	90
4.4. Pembahasan.....	94
4.4.1. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Honda Scoopy di Kota Surabaya.....	94

4.4.2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Honda Scoopy di Kota Surabaya.....	96
4.4.3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Honda Scoopy di Kota Surabaya.....	98
4.4.4. Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Honda Scoopy di Kota Surabaya.....	99
4.4.5. Matriks Penelitian Terdahulu .....	101
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>104</b>
5.1. Kesimpulan.....	104
5.2. Saran.....	105
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>107</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>111</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penjualan Domestik Sepeda Motor di Indonesia 2019-2025 .....	2
Gambar 1. 2 Merek Sepeda Motor Pilihan Masyarakat Indonesia .....	4
Gambar 1. 3 Evolusi Honda Scoopy .....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....	41
Gambar 3. 1 Kurva Uji F (Simultan) .....	63
Gambar 3. 2 Kurva Uji t (Parsial) .....	64
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan .....	67
Gambar 4. 2 Hasil Grafik Scatterplot.....	88
Gambar 4. 3 Kurva Penerimaan atau Penolakan $H_0$ .....	91

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index Tahun 2021-2025 Kategori Sepeda Motor Matic.....	6
Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	45
Tabel 3. 2 Bobot Skala Likert .....	51
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	68
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	69
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	70
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Domisili .....	70
Tabel 4. 5 Dasar Interpretasi Skor Item Variabel Penelitian .....	72
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek (X1).....	73
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X2) .....	75
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Nilai (X3).....	78
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	80
Tabel 4. 10 Uji Hasil Validitas.....	83
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas .....	85
Tabel 4. 12 Uji Normalitas.....	86
Tabel 4. 13 Uji Multikoleniaritas .....	87
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda .....	89
Tabel 4. 15 Uji F (Simultan) .....	90
Tabel 4. 16 Uji t (Parsial).....	92
Tabel 4. 17 Koefisien determinasi ( $R^2$ ).....	93
Tabel 4. 18 Matriks Penelitian .....	101

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	111
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden .....	118
Lampiran 3 Hasil Output Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	130
Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik .....	133
Lampiran 5 Analisis Regresi Linear Berganda .....	134
Lampiran 6. Waktu Penelitian .....	135

## ABSTRAK

### **MUKHAMAD IKSAN, 22042010014, PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI NILAI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR MATIC HONDA SCOOPY DI KOTA SURABAYA**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk, dan nilai yang dirasakan terhadap keputusan pembelian sepeda motor otomatis Honda Scoopy di Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer. Populasi penelitian ini terdiri dari konsumen pengguna Honda Scoopy di Surabaya. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 150 responden menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria konsumen yang telah membeli dan menggunakan Honda Scoopy. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS. Teknik analisis yang digunakan meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, serta pengujian hipotesis menggunakan uji t (parsial), uji F (simultan), dan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial citra merek, kualitas produk, dan persepsi nilai memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, semua variabel independen juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan persepsi nilai sebagai variabel yang paling dominan.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Nilai, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

### ***MUKHAMAD IKSAN, 22042010014, THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, AND PERCEIVED VALUE ON PURCHASING DECISIONS OF HONDA SCOOPY AUTOMATIC MOTORCYCLES IN SURABAYA CITY***

*This research aims to determine the influence of brand image, product quality, and perceived value on purchasing decisions of Honda Scoopy automatic motorcycles in Surabaya City. This research uses a quantitative method with primary data. The population of this study consists of consumers who use Honda Scoopy in Surabaya. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 150 respondents using a purposive sampling technique with the criteria of consumers who have purchased and used Honda Scoopy. The data obtained were then processed using multiple linear regression analysis with the help of IBM SPSS software. The analysis techniques used include validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing using t-test (partial), F-test (simultaneous), and coefficient of determination ( $R^2$ ). The results show that partially brand image, product quality, and perceived value have a positive and significant effect on purchasing decisions. Simultaneously, all independent variables also have a significant effect on purchasing decisions, with perceived value as the most dominant variable.*

**Keywords :** *Brand Image, Product Quality, Perceived Value, Purchasing Decision*