

**PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA
MOTOR HONDA VARIO DENGAN STUDI KASUS
MASYARAKAT KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh
ATMIYATRI
130610050**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2017**

**PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA
MOTOR HONDA VARIO DENGAN STUDI KASUS
MASYARAKAT KOTA BATAM**

SKRIPSI
Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana



Oleh
ATMIYATRI
130610050

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2017

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, dan atau megister), baik di Universitas Putera Batam maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lain sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi.

Batam, 25 Januari 2017

Yang membuat pernyataan



Atmiyati

130610050

**PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA
VARIO DENGAN STUDI KASUS MASYARAKAT KOTA
BATAM**

**Oleh
Atmiyati
130610050**

**SKRIPSI
Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera dibawah ini**

Batam, 25 Januari 2017



**Heryenzus, S. Kom., M. Si.
Pembimbing**

ABSTRAK

Industri otomotif nasional di era modern sekarang ini mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan karena setiap tahun jumlahnya bertambah dan berdampak semakin banyak produsen kendaraan bermotor yang berlomba – lomba dalam meningkatkan pemasarannya sehingga meningkatkan persaingan antar produsen yang sangat ketat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda vario dengan studi kasus masyarakat Kota Batam. Populasi penelitian adalah masyarakat Kota Batam yang melakukan pembelian sepeda motor honda vario di PT MITRA PISTHIKA MUSTIKA Tbk (MPM) yang bertempat di Komp. Ruko Fanindo Blok A No. 1 & 2, Tanjung Uncang, Batam. Menggunakan metode pengambilan sampel *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut, konsumen yang melakukan pembelian sepeda motor honda vario di PT MITRA PISTHIKA MUSTIKA Tbk (MPM) pada bulan Juli – September yaitu sebanyak 145 responden. Teknik pengambilan data menggunakan instrumen yang berbentuk kuesioner. Teknik pengolahan data yang digunakan ialah pengolahan data dengan perangkat lunak SPSS versi 22 dan menggunakan skala likert pada kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t dari $2,324 > t$ tabel $1,976$, dan citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t sebesar $15,761 > t$ tabel $1,976$, dan secara bersama-sama terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel iklan dan variabel citra merek terhadap keputusan pembelian honda vario dengan nilai F hitung sebesar $237,946 > F$ tabel $3,06$. Secara bersama-sama iklan dan citra merek mempengaruhi keputusan pembelian dengan koefisien determinasi sebesar 77% , sementara sisanya sebesar 23% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Iklan, Citra merek dan Keputusan pembelian

ABSTRACT

The national automotive industry in today's modern era experienced significant growth since every year the number is increasing and affecting a growing number of motor vehicle manufacturers who race - the race to improve the marketing thus increasing competition between manufacturers were very strict. This study aims to determine the influence of advertising and brand image to the purchasing decision motorcycle honda vario with community case studies of Batam. The study population was the community of Batam who purchase motorcycles honda vario PT MITRA PISTHIKA MUSTIKA Tbk (MPM), which is housed in Comp. Fanindo commercial Blok A No. 1 & 2, Tanjung Uncang, Batam. Using purposive sampling method with the following criteria, consumers who make purchases of motorcycles honda vario PT MITRA PISTHIKA MUSTIKA Tbk (MPM) in July-September as many as 145 respondents. Data collection techniques using instruments in the form of a questionnaire. Data-processing technique used is data processing with SPSS version 22 software and using a Likert scale questionnaire. The results showed that ad partially positive and significant impact on purchasing decisions with a value of 2,324 $t > t$ table 1.976, and brand image partially positive and significant impact on purchasing decisions with a value of 15.761 $t > t$ table 1.976, and collectively the same is positive and significant influence between the variables of advertising and brand image variable to the purchasing decision honda vario with calculated F value of 237.946 $> F$ table 3,06. Taken together advertising and brand image influence purchasing decisions with determination coefficient of 77%, while the balance of 23% influenced by other factors not examined.

Keywords: Advertising, brand image and purchase decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Konsentrasi Perbankan Universitas Putera Batam. .

Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Unuversitas Putera Batam
2. Ibu Tiurniari Purba, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Manajemen.
3. Bapak Jontro Simanjuntak, S.Pt., S.E, M.M., selaku Kepala Program Studi Managemen.
4. Bapak Heryenzus, S.Kom., M.Si. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Segenap Dosen dan Staf Universitas Putera Batam.
6. Teristimewa untuk Orang tua dan adik- adik penulis yang selalu memberikan motivasi dan pengorbanannya berupa dukungan moral dan doa kepada penulis.
7. Buat keluarga kecil ku diperantauan Dwi Untari, Nia Astri, Puput Fahmy, Ria anggraini, Bayu, Rio, Esa khususnya buat Wahyu Triyadi terima kasih atas dukungan dan doanya.
8. PT. MITRA PISTHIKA MUSTIKA Tbk yang turut membantu dalam proses penyusunan skripsi ini
9. Semua teman- teman seperjuangan di Universitas Putera Batam angkatan 2013.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Batam, 25 Januari 2017

ATMIYATRI

(130610050)

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR RUMUS	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	7
1.3. Batasan Masalah	7
1.4. Rumusan Masalah.....	8
1.5. Tujuan Penelitian	8
1.6. Manfaat Penelitian	9
1.6.1. Manfaat Teoritis	9
1.6.2. Manfaat Praktis	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Konsep Teoritis.....	11
2.1.1. Iklan	11
2.1.1.1. Tujuan Iklan.....	13
2.1.1.2. Aspek Iklan.....	14
2.1.1.3. Indikator Iklan	15
2.1.2. Citra Merek.....	17
2.1.2.1. Faktor- Faktor Pembentuk Citra Merek.....	18
2.1.2.3. Indikator Citra Merek.....	19
2.1.3. Keputusan Pembelian.....	19
2.1.3.1. Definisi Keputusan Pembelian.....	19
2.1.3.2. Proses/Tahapan Keputusan Pembelian	20
2.1.3.3. Faktor –faktor Prilaku Konsumen yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	23
2.1.3.3. Indikator Keputusan Pembelian	25
2.1.4. Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian (H1).....	26
2.1.5. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (H2)	26
2.1.6. Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (H3).....	27
2.2. Penelitian terdahulu	28
2.3. Kerangka Pemikiran.....	30

2.4.	Hipotesis	32
BAB III		34
METODELOGI PENELITIAN		34
3.1.	Desain Penelitian	34
3.2.	Operasional Variabel	35
3.2.1.	Variabel Dependen	36
3.2.2.	Variabel Independen.....	36
3.3.	Populasi dan sampel.....	38
3.3.1.	Populasi	38
3.3.2.	Sampel	39
3.4.	Teknik dan Alat Pengumpulan Data	40
3.4.1.	Teknik Pengumpulan Data	40
3.4.2.	Alat Pengumpul Data	40
3.5.	Metode Analisi Data	42
3.5.1.	Analisi Deskriptif.....	42
3.5.2.	Uji Kualitas Data.....	43
3.5.2.1.	Uji Validitas Data	43
3.5.2.2.	Uji Reliabilitas.....	44
3.5.3.	Uji Asumsi	45
3.5.3.1.	Uji Normalitas Data.....	45
3.5.3.2.	Uji Kolmogorov-Smirnov.....	45
3.5.3.3.	Uji Multikolinearitas	46
3.5.3.4.	Uji Heteroskedastisitas.....	46
3.5.4.	Uji Pengaruh	47
3.5.4.1.	Analisis Regresi Linear Berganda	47
3.5.4.2.	Analisis Determinasi (R^2)	48
3.5.5.	Uji Hipotesis	48
3.5.5.1.	Uji T 49	
3.5.5.2.	Uji-F 50	
3.6.	Lokasi Dan Jadwal Penelitian.....	51
3.6.1.	Lokasi Penelitian.....	51
3.6.2.	Jadwal Penelitian	51
BAB IV		53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		53
4.1	Profil Responden.....	53
4.1.1.	Responden Menurut Jenis Kelamin.....	54
4.1.2.	Responden Menurut Usia.....	55
4.1.3.	Responden Menurut Status	56
4.1.3.	Responden Menurut Pendidikan Terakhir	57
4.2.	Hasil Penelitian	58
4.2.1.	Analisis Deskriptif	58
4.2.1.1.	Variabel Iklan (X1).....	59
4.2.1.2.	Variabel Citra Merek (X2).....	67
4.2.1.3.	Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	73
4.2.2.	Uji Kualitas Data.....	80

4.2.2.1. Hasil Uji Validitas Instrumen.....	80
4.2.2.2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	83
4.2.3. Uji Asumsi	85
4.2.3.1. Uji Normalitas	85
4.2.3.2. Uji Kolmogorov-Smirnov.....	87
4.2.3.3. Uji Multikolinearitas	88
4.2.3.4. Uji Heteroskedastisitas.....	89
4.2.4. Uji Pengaruh	90
4.2.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda	90
4.2.4.2. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	91
4.2.5. Hasil Uji Hipotesis.....	92
4.2.5.1. Hasil Uji t.....	92
4.2.5.2. Hasil Uji F.....	93
4.3. Pembahasan.....	94
BAB V.....	97
SIMPULAN DAN SARAN	97
5.1. Simpulan	97
5.2. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	99
CURRICULUM VITAE	101

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data AISI Penjualan Skutermetik Terlaris September 2016.....	2
Tabel 1.2. Penjualan motor Honda jenis Skutermetik juli-september di Dealer MPM MOTOR cabang Batam pada Tahun 2016	2
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1. Operasional Variabel Penelitian	37
Tabel 3.2. Skala <i>likert</i>	41
Tabel 3.3. Jadwal Penelitian	52
Tabel 4.1. Tingkat Pengembalian Kuesioner	54
Tabel 4.2. Data Responden Menurut Jenis Kelamin	54
Tabel 4.3. Data Responden Menurut Usia.....	55
Tabel 4.4. Data Responden Menurut Status.....	56
Tabel 4.5. Data Responden Menurut Pendidikan Terakhir	57
Tabel 4.6. Kreteria Analisis Deskriptif.....	58
Tabel 4.7. Hasil Analisis Deskriptif Item Pernyataan X1_1	59
Tabel 4.8. Hasil Analisis Deskriptif Item Pernyataan X1_2	60
Tabel 4.9. Hasil Analisis Deskriptif Item Pernyataan X1_3	61
Tabel 4.10. Hasil Analisis Deskriptif Item Pernyataan X1_4	62
Tabel 4.11. Hasil Analisis Deskriptif Item Pernyataan X1_5	62
Tabel 4.12. Hasil Analisis Deskriptif Item Pernyataan X1_6	63
Tabel 4.13. Hasil Analisis Deskriptif Item Pernyataan X1_7	64
Tabel 4.14. Hasil Analisis Deskriptif Item Pernyataan X1_8	65
Tabel 4.15. Hasil Analisis Deskriptif Item Pernyataan X1_9	66
Tabel 4.16. Hasil Analisis Deskriptif Item Pernyataan X1_10	67
Tabel 4.17. Hasil Analisis Deskriptif Item Pernyataan X2_1	68
Tabel 4.18. Hasil Analisis Deskriptif Item Pernyataan X2_2	69
Tabel 4.19. Hasil Analisis Deskriptif Item Pernyataan X2_3	69
Tabel 4.20. Hasil Analisis Deskriptif Item Pernyataan X2_4	70
Tabel 4.21. Hasil Analisis Deskriptif Item Pernyataan X2_5	71
Tabel 4.22. Hasil Analisis Deskriptif Item Pernyataan X2_6	72
Tabel 4.23. Hasil Analisis Deskriptif Item Pernyataan X2_7	72
Tabel 4.24. Hasil Analisis Deskriptif Item Pernyataan Y_1	73
Tabel 4.25. Hasil Analisis Deskriptif Item Pernyataan Y_2	74
Tabel 4.26. Hasil Analisis Deskriptif Item Pernyataan Y_3	75
Tabel 4.27. Hasil Analisis Deskriptif Item Pernyataan Y_4	76
Tabel 4.28. Hasil Analisis Deskriptif Item Pernyataan Y_5	76

Tabel 4.29. Hasil Analisis Deskriptif Item Pernyataan Y_6	77
Tabel 4.30. Hasil Analisis Deskriptif Item Pernyataan Y_7	78
Tabel 4.31. Hasil Analisis Deskriptif Item Pernyataan Y_8	79
Tabel 4.32. Hasil Analisis Deskriptif Item Pernyataan Y_9	80
Tabel 4.33. Hasil Uji Validitas Variabel Iklan (X1)	81
Tabel 4.34. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X2)	82
Tabel 4.35. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	83
Tabel 4.36. Indeks Koefisien Reliabilitas	84
Tabel 4.37. Hasil Uji Reliabilitas	84
Tabel 4.38. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	87
Tabel 4.39. Hasil Uji Multikolinearitas	88
Tabel 4.40. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	89
Tabel 4.41. Analisis Regresi Linear Berganda	90
Tabel 4.42. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	91
Tabel 4.43. Hasil Uji t	92
Tabel 4.44. Hasil Uji F	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen	23
Gambar 2.2. kerangka pemikiran	32
Gambar 4.1. Diagram Responden Menurut Jenis Kelamin	55
Gambar 4.2. Diagram Responden Menurut Usia	56
Gambar 4.3. Diagram Responden Menurut Status	57
Gambar 4.4. Diagram Responden Menurut Pendidikan Terakhir	58
Gambar 4.5. Hasil Normalitas Histogram Regression Residual	85
Gambar 4.6. Hasil Uji Normalitas <i>P-P Plot regression Standardized</i>	86
Gambar 4.7. Hasil Uji Normalitas Histogram Scatterplot.....	87

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1. <i>Pearson Product Moment</i>	43
Rumus 3.2. <i>Cronbach`s Alpha</i>	44
Rumus 3.3. Regresi Linear Berganda.....	47
Rumus 3.4. Uji t	49
Rumus 3.5. Uji F	50

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Rekapitulasi Kuesioner Penelitian
3. Hasil Pengolahan Data (Hasil Output SPSS)
4. Tabel R
5. Tabel T
6. Tabel F