

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
HONDA BEAT DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh:

Nauval Alif

180910338

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS PUTERA BATAM

2024

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
HONDA BEAT DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana**



Oleh:

Nauval Alif

180910338

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS PUTERA BATAM

2024

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Nauval Alif

NPM : 180910338

Fakultas : Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HONDA BEAT DI KOTA BATAM”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsurunsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 18 Januari 2024



Nauval Alif

180910338

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK

HONDA BEAT DI KOTA BATAM

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana

Oleh:

Nauval Alif

180910338

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini

Batam, 18 Januari 2024



Winda Eyyanto, S.S., M.MPd.
Pembimbing

ABSTRAK

Seiring dengan kebutuhan dan tuntutan masyarakat terhadap sarana transportasi yang memadai, sehingga menggembirakan Perkembangan industri otomotif di Indonesia semakin pesat dan cenderung meningkat setiap tahunnya. Di dalam Kota Batam sendiri persaingan sepeda motor sangat ketat, karena mayoritas penduduknya bekerja di berbagai bidang sektor industri. Masyarakat menghargai penggunaan sepeda motor sebagai alat transportasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari citra merek, desain produk, kualitas produk terhadap Keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Kota Batam. Metode kuantitatif sebagai metode dengan menganalisis data populasi atau sampel untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan. Uji penelitian ini menggunakan analisis uji validitas, regresi multikolinearitas, reliabilitas, koefisien determinasi, hipotesis. Populasi yang terdapat dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna sepeda motor merk honda beat unlimited yang ada di kota batam. Nilai F hitung sebesar 75,579 dan nilai signifikan yang diperoleh 0,000 dibawah nilai yang disyaratkan yaitu 0,05 dan diatas nilai F tabel sebesar 2,70 maka secara simultan variabel-variabel dalam penelitian ini berpengaruh terhadap variabel tak bebas. Variabel kualitas produk, desain produk dibawah nilai signifikansi 0,05 dan lebih tinggi dari t tabel sebesar 1,984 artinya kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap pembelian keputusan. Variabel citra merek mempunyai nilai dibawah signifikan, dinyatakan tidak berpengaruh signifikan keputusan pembelian.

Kata Kunci : Citra Merek, Desain Produk, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

In line with society's needs and demands for adequate transportation facilities, it is encouraging that the development of the automotive industry in Indonesia is increasingly rapid and tends to increase every year. Within Batam City itself, competition for motorbikes is very tight, because the majority of the population works in various industrial sectors. People appreciate the use of motorbikes as a means of transportation. The aim of this research is to determine the influence of brand image, product design, product quality on the decision to purchase a Honda Beat motorbike in Batam City. Quantitative methods are methods that analyze population or sample data to test predetermined hypotheses. This research test uses validity test analysis, multicollinearity regression, reliability, coefficient of determination, hypothesis. The population in this study were all Honda Beat Unlimited motorbike users in the city of Batam. The calculated F value is 75.579 and the significant value obtained is 0.000, below the required value, namely 0.05 and above the F table value of 2.70, so simultaneously the variables in this study have an effect on the dependent variable. The product quality and product design variables are below the significance value of 0.05 and higher than the t table of 1.984, meaning that both variables have a significant effect on purchasing decisions. The brand image variable has a value below significant, it is stated that it does not have a significant influence on purchasing decisions.

Keywords: Brand Image, Product Design, Product Quality, Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula 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 Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putra Batam
2. Bapak Dr. Michael Jibriel Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putra Batam
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Bapak Winda Evyanto, S.S., M.MPd. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Ibu Hikmah, S.E., M.Si selaku pembimbing akademik saya.
6. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
7. Kedua Orang tua tercinta yang telah memberikan doa, kasih sayang, nasehat, dukungan, semangat.
8. Kepada Peggy Eka Pertiwi yang selalu menemani dan memberikan semangat,
9. Kepada Ridho dan Bayu yang memberikan semangat serta dukungan dalam penyusunan proposal penelitian sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
10. Pihak-pihak lain yang telah membantu penulis dalam pembuatan proposal penelitian ini, yang tidak dapat disebut satu persatu.

Batam, 18 Januari 2024



Nauval Alif

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.6.2 Manfaat Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Teori Dasar	12
2.2 Penelitian terdahulu	28
2.3.1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	31
2.3.2. Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian	31
2.3.4. Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	32
2.4 Hipotesis.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Sifat Penelitian	34
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian	35
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	35
3.3.2 Periode Penelitian.....	35
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	35
3.4.1. Populasi	35
3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel.....	36
3.4.3. Teknik Sampling	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data	37
3.6 Alat Pengumpulan Data	38
3.7 Operasional Variabel.....	39
3.7.1. Variabel Independen.....	39
3.7.2. Variabel Dependen	40
3.8 Metode Analisis Data	41
3.8.1. Analisis Deskriptif.....	42
3.8.2. Uji kualitas instrument	42
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	44

3.8.4	Uji Pengaruh.....	47
3.8.5	Uji Hipotesis.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		51
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	51
4.3	Deskripsi Jawaban Responden.....	53
4.4	Analisis Data.....	58
4.4.1	Uji Validitas	58
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	60
4.4.3	Uji Asumsi Klasik	61
4.5.1	Uji Parsial.....	66
4.5.2	Uji Simultan	68
BAB V.....		72
SIMPULAN DAN SARAN		72
DAFTAR PUSTAKA.....		74
LAMPIRAN.....		78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Lima Tingkat Produk	14
Gambar 2. 2 Proses Keputusan Pembelian	27
Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 4. 1 Uji Normalitas	61
Gambar 4. 2 Grafik Histogram	62
Gambar 4. 3 Scatterplot	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Sepeda Motor Matic Favorit Masyarakat Indonesia Tahun 2022	2
Tabel 1. 2 Pengguna Sepeda Motor 2023	8
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Penelitian.....	41
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin	52
Tabel 4. 2 Usia	52
Tabel 4. 3 Pekerjaan.....	53
Tabel 4. 4 Jawaban Responden Kualitas Produk	54
Tabel 4. 5 Jawaban Responden Desain Produk	55
Tabel 4. 6 Jawaban Responden Brand Image	56
Tabel 4. 7 Jawaban Responden Keputusan Pembelian	57
Tabel 4. 8 Uji Validitas	59
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas	60
Tabel 4. 10 Kolmogorov Smirnov	62
Tabel 4. 11 Uji Glejser	64
Tabel 4. 12 Uji Multikolinearitas	65
Tabel 4. 13 Analisis Regresi Linier.....	65
Tabel 4. 14 Uji T	67
Tabel 4. 15 Uji F	68
Tabel 4. 16 Koefisien Determinasi.....	69

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.8.5. 1 Uji T.....	48
Rumus 3.8.5. 2 Uji F.....	49