PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA DI KOTA BATAM

SKRIPSI

Oleh:
Kesya Agrariani Sigalingging
210910192

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA DI KOTA BATAM

SKRIPSI

Untuk Memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana

Oleh:
Kesya Agrariani Sigalingging
210910192

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Kesya Agrariani Sigalingging

NPM : 210910192

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa **"Skripsi"** yang saya buat dengan judul:

"Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha 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 unsur-unsur 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, 17 Juli 2025

Kesya Agrariani Sigalingging
210910192

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA DI KOTA BATAM

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana

Oleh
Kesya Agrariani Sigalingging
210910192

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini

Batam, 17 Juli 2025

Dr. Wasiman, S.E., M.M.
Pembimbing

UPB
Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Studi ini dilakukan untuk mengidentifikasi dampak dari kualitas produk, persepsi terhadap citra merek, dan strategi promosi terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor Yamaha di wilayah Kota Batam. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif deskriptif. Responden yang menjadi sasaran adalah individu yang telah melakukan pembelian sepeda motor Yamaha, meskipun jumlah total populasinya tidak diketahui secara pasti. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan pendekatan *purposive sampling* dan perhitungan melalui rumus *Lameshow*, sehingga terkumpul sebanyak 100 responden. Analisis data mencakup uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh, serta pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh sebesar 25,2% terhadap keputusan pembelian, citra merek menyumbang 17,3%, dan promosi berdampak sebesar 45,3%. Secara keseluruhan, kualitas produk, citra merek dan promosi mampu menjelaskan 86,2% variasi yang terjadi dalam keputusan pembelian konsumen berdasarkan hasil dari analisis koefisien determinasi (R^2). Temuan yang diperoleh dari uji t dan uji F memperkuat hasil analisis yang menunjukkan bahwa kualitas produk, citra merek dan promosi memiliki pengaruh signifikan dan positif, baik secara individu maupun bersama-sama.

Kata Kunci: Citra Merek, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Promosi.

ABSTRACT

This study was conducted to identify the impact of product quality, brand image perception, and promotional strategy on consumer purchasing decisions in the Batam City area. This study employed a descriptive quantitative approach. The target respondents were individuals who had purchased Yamaha motorcycles, although the total population size was unknown. The sampling technique used purposive sampling and calculations using the Lameshow formula, resulting in a total of 100 respondents. Data analysis included data quality testing, classical assumption testing, influence testing, and hypothesis testing. The results showed that product quality contributed 25.2% to purchasing decisions, brand image contributed 17.3%, and promotion contributed 45.3%. Overall, product quality, brand image, and promotion explained 86.2% of the variation in consumer purchasing decisions based on the coefficient of determination (R2) analysis. Findings from the t-test and F-test supported the analysis, which indicated that product quality, brand image, and promotion had a significant and positive influence, both individually and collectively.

Keywords*: Brand Image, Product Quality, Promotion, Purchasing Decision.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas yang telah diberikan oleh pihak Universitas Putera Batam (UPB). Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, baik dari penulisan maupun tata bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan wujud 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 Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si., CPS. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Bapak Dr. Wasiman, S.E., M.M. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.
6. Pihak responden yang telah memberikan penulis kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Ayah dan Ibu penulis yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang penulis lakukan.
8. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang senantiasa selalu membantu baik moral maupun materi, sehingga saya dapat melanjutkan penyusunan Skripsi ini hingga selesai pada akhirnya.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karuniannya.

Batam, 17 Juli 2025

Kesya Agrariani Sigalingging

UPB
Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL i
HALAMAN JUDUL ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS iii
HALAMAN PENGESAHAN iv
ABSTRAK ii
ABSTRACT vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI v
DAFTAR GAMBAR xi
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR RUMUS xiii
BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Identifikasi Masalah 8
1.3 Batasan Masalah 8
1.4 Rumusan Masalah 9
1.5 Tujuan Penelitian 9
1.6 Manfaat Penelitian 10
1.6.1 Secara Teoritis 10
1.6.2 Secara Praktis 10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA
2.1 Kajian Teori 13
2.1.1 Kualitas Produk 13
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk 13
2.1.1.2 Faktor Kualitas Produk 14
2.1.1.3 Indikator Kualitas Produk 16
2.1.2 Citra Merek 17
2.1.2.1 Pengertian Citra Merek 17
2.1.2.2 Faktor Citra Merek 18
2.1.2.3 Indikator Citra Merek 20
2.1.3 Promosi 21
2.1.3.1 Pengertian Promosi 21
2.1.3.2 Faktor Promosi 22
2.1.3.3 Indikator Promosi 24
2.1.4 Keputusan Pembelian 25
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian 25
2.1.4.2 Faktor Keputusan Pembelian 26
2.1.4.3 Indikator Keputusan Pembelian 28
2.2 Penelitian Terdahulu 29
2.3 Kerangka Pemikiran 37
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian 37
2.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian 38
2.3.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian 38

2.4 Hipotesis 39
BAB III METODE PENELITIAN
3.1 Jenis Penelitian 41
3.2 Sifat Penelitian 41
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian 42
3.3.1 Lokasi Penelitian 42
3.3.2 Periode Penelitian 42
3.4 Populasi dan Sampel 43
3.4.1 Populasi 43
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel 43
3.4.3 Teknik *Sampling* 45
3.5 Sumber Data 45
3.6 Metode Pengumpulan Data 46
3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian 48
3.7.1 Variabel Independen (X) 48
3.7.2 Variabel Dependen (Y) 48
3.8 Metode Analisis Data 49
3.8.1 Uji Statistik Deskriptif 49
3.8.2 Uji Kualitas Data 51
3.8.2.1 Uji Validitas 51
3.8.2.2 Uji Reliabilitas 52
3.8.3 Uji Asusmsi Klasik 53
3.8.3.1 Uji Normalitas 53
3.8.3.2 Uji Multikolinearitas 55
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas 55
3.8.4 Uji Pengaruh 56
3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda 56
3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2) 57
3.9 Uji Hipotesis 59
3.9.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t 59
3.9.2 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F 60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 62
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden 63
4.2.1 Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 63
4.2.2 Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 63
4.2.3 Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 64
4.2.4 Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 65
4.3 Deskripsi Jawaban Responden 66
4.3.1 Deskriptif Kualitas Produk (X1) 66
4.3.2 Deskriptif Citra Merek (X2) 67
4.3.3 Deskriptif Promosi (X3) 68
4.3.4 Deskriptif Keputusan Pembelian (Y) 70
4.4 Analisis Data 71
4.4.1 Uji Kualitas Data 71

4.4.1.1 Uji Validitas 71
4.4.1.2 Uji Reliabilitas..... 74
4.4.2 Uji Asumsi Klasik 75
4.4.2.1 Uji Normalitas 75
4.4.2.2 Uji Multikolinearitas 78
4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas 79
4.4.3 Uji Pengaruh..... 80
4.4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda..... 80
4.4.3.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2) 81
4.5 Pengujian Hipotesis..... 82
4.5.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t 82
4.5.2 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F 84
4.6 Pembahasan..... 85
4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian..... 85
4.6.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian 86
4.6.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian 87
4.6.4 Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian 88
4.7 Implikasi Hasil Penelitian 88
BAB V SIMPULAN DAN SARAN
5.1 Simpulan..... 91
5.2 Saran..... 91
DAFTAR PUSTAKA..... 94
Lampiran 1. Pendukung Penelitian
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Permasalahan Yang Sering Dihadapi Pengguna Motor Yamaha 3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 39
Gambar 4.1 Uji Normalitas Dengan Histogram 75
Gambar 4.2 Uji Normalitas Dengan Diagram *Normal P-P Plot* 76
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas 79

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 *Top Brand Index* Sepeda Motor 2024 4
Tabel 1.2 Kelemahan Promosi Sepeda Motor Yamaha 5
Tabel 1.3 Jumlah Penjualan Sepeda Motor Selama Tahun 2023 7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... 35
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian..... 42
Tabel 3.2 Pemberian Skor Kusioner..... 47
Tabel 3.3 Operasional Variabel..... 49
Tabel 3.4 Kategori Rentang Skala..... 51
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 63
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia..... 64
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan 64
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 65
Tabel 4.5 Rentang Skala..... 66
Tabel 4.6 Deskriptif Kualitas Produk..... 66
Tabel 4.7 Deskriptif Citra Merek 67
Tabel 4.8 Deskriptif Promosi 69
Tabel 4.9 Deskriptif Keputusan Pembelian..... 70
Tabel 4.10 Uji Validitas Kualitas Produk (X1)..... 71
Tabel 4.11 Uji Validitas Citra Merek (X2) 72
Tabel 4.12 Uji Validitas Promosi (X3)..... 72
Tabel 4.13 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)..... 73
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas..... 74
Tabel 4.15 Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov*..... 77
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas 78
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda 80
Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Koefesien Determinasi (R^2)..... 82
Tabel 4.19 Hasil Uji t (Parsial)..... 83
Tabel 4.20 Hasil Uji f (Simultan)..... 84

DAFTAR RUMUS

Halaman

Rumus 3.1 Rumus *Lameshow* 44
Rumus 3.2 Rentang Skala 50
Rumus 3.3 *Pearson Correlation* 52
Rumus 3.4 *Alpha Crobach* 53
Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda..... 57
Rumus 3.6 Koefisien Determinasi 58
Rumus 3.7 Uji t 60
Rumus 3.8 Uji f 61