

PENGARUH DESAIN PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR YAMAHA NMAX

(Survey Pada Pengguna Motor Yamaha NMAX di Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana

Ekonomi Program Studi Manajemen

Oleh :

ILHAM JUANG PRATAMA

20200510349



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KUNINGAN

2024

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH DESAIN PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR YAMAHA NMAX

(Survey Pada Pengguna Motor Yamaha NMAX di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

ILHAM JUANG PRATAMA

20200510349

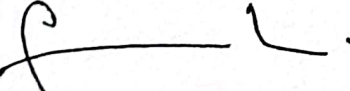
Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 15 Juni 2024 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Susunan Dewan Penguji

Penguji I,

Penguji II,

Penguji III,


Fahmi Yusuf, S.Kom M.M.S.I., ph.D
NIK. 41038021124


Dr. Dede Djuniardi, S.E., M.M
NIK. 41038031154


Faisha Rahimi, S.E., M.M
NIK. 410110920236

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH DESAIN PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR YAMAHA
NMAX**

(Survey Pada Pengguna Motor Yamaha NMAX di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

ILHAM JUANG PRATAMA

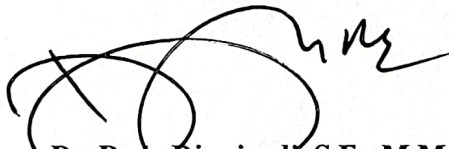
20200510349

Skripsi ini telah disidangkan pada tanggal 15 Juni 2024

Disetujui Oleh Pembimbing :

Kuningan, Juli 2024

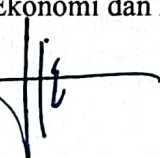
Dosen Pembimbing I


Dr. Dede Djuniardi, S.E., M.M
NIK. 41038031154

Dosen Pembimbing II


Januar Habibi Mahsyar, S.E., M.M
NIK. 410101910251

Mengetahui,


Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si
NIK. 41038971054

Kepala Program Studi Manajemen

Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E. Sy
NIK. 41038091296

PERNYATAAN OTENTISITAS

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Desain Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Nmax (Survey Pada Pengguna Motor Yamaha NMAX di kabupaten Kuningan)”. Ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam Masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/saksi yang di jatuh kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, Juni 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Ilham Juang Pratama

20200510349

ABSTRAK

Ilham Juang Pratama (20200510349) “Pengaruh Desain Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha NMAX” (Survey Pada Pengguna Motor Yamaha NMAX di Kabupaten Kuningan) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan. Dibimbing oleh Pembimbing I : Dr. Dede Djuniardi, S.E., M.M dan Pembimbing II : Januar Habibi Mahsdsyar, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Desain Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek terhadap keputusan pembelian Motor Yamaha NMAX. Sampel dalam penelitian ini adalah Pengguna Motor Yamaha NMAX di Kabupaten Kuningan. Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan kuesioner melalui *google form*. Jumlah keseluruhan sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah kuesioner dan pengukurannya menggunakan skala interval, data yang didapat diolah dengan metode analisis regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS versi 23. Pembuktian hipotesis dilakukan dengan menggunakan teknik analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : Desain Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek baik secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian motor Yamaha NMAX.

Kata Kunci : Desain Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Ilham Juang Pratama (20200510349) "The Influence of Product Design, Price Perception, and Brand Image on the Decision to Purchase a Yamaha NMAX Motorcycle" (Survey of Yamaha NMAX Motorcycle Users in Kunigan Regency) Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Kuningan University. Supervised by Supervisor I: Dr. Dede Djuniardi, S.E., M.M and Supervisor II: Januar Habibi Mahdsyar, S.E., M.M.

This research aims to determine the influence of product design, price perception and brand image on purchasing decisions for Yamaha NMAX motorbikes. The sample in this study was Yamaha NMAX motorbike users in Kuningan Regency. The research method used by the author in this research is a quantitative method using a questionnaire via Google Form. The total number of samples in this study was 100 respondents. The data collection technique used by the author in this research is a questionnaire and the measurement uses an interval scale. The data obtained is processed using the multiple linear regression analysis method with the help of the SPSS version 23 application. Proving the hypothesis is carried out using descriptive analysis techniques. The research results show that: Product Design, Price Perception, and Brand Image both simultaneously and partially have a positive and significant effect on the decision to purchase a Yamaha NMAX motorbike.

Keywords: Product Design, Price Perception, and Brand Image on Purchasing Decisions.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga usulan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Desain Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Nmax (Survey Pada Pengguna Motor Yamaha NMAX di Kabupaten Kuningan)”** dapat diselesaikan tepat waktu dalam rangka memenuhi tugas akhir perkuliahan.

Usulan penelitian ini disusun sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan usulan penelitian ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk diri penulis maupun usulan penelitian ini.

Tak lupa dengan segala hormat dan rasa syukur, penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan memfasilitasi penulis selama menyusun usulan penelitian ini. Semoga apa yang telah dilakukan menjadi amal kebaikan dan keberkahan.

Kuningan, Januari 2024

Penulis

Ilham Juang Pratama

20200510349

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan. Penulis mengucapkan terimakasih kepada Allah SWT atas berkah, rahmat dan ridha-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi, penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa dalam setiap proses yang telah dihadapi hingga mencapai titik ini tidak hanya hasil dari usaha penulis sendiri, tetapi juga berkat bantuan, dorongan, bimbingan yang tak ternilai. Oleh karena itu, dengan tulus penulis mengucapkan terimakasih sebesar – besarnya kepada Yth :

1. Superhero dan panutanku, Ayahanda Jumhari, terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis, beliau memang tidak sempat merasakan Pendidikan sampai bangku perkuliahan. Namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana
2. Pintu surgaku, Ibunda Awang Juangsih yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi serta do'a hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana
3. Bapak Dr. Dede Djuniardi, S.E., M.M selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran, petunjuk dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Januar Habibi Mahsyar, S.E., M.M selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran, petunjuk dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Kuningan.
6. Ibu Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
7. Ibu Dr. Rina Masruroh, S.E., ME.Sy. selaku Kepala Program Studi Manajemen.

8. Ibu Dr. Dewi Fatmasari, M.Si. selaku pembimbing akademik. .
9. Untuk sahabat penulis, Tedy Setiadi, Abryan Maulana, Imam Syafei, Tubagus Miftah Fauzi, dan anak-anak BEM Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang telah banyak membantu dan menemani dalam proses penyelesaian kuliah selama ini. Terimakasih atas segala bantuan dan kebaikan yang di berikan kepada penulis.
10. Terakhir kepada seseorang yang pernah bersama saya, terimakasih untuk patah hati yang di berikan saat proses penyusunan skripsi yang sekarang bisa menjadi pengingat untuk saya sehingga membuktikan bahwa anda akan tetap menjadi alasan saya untuk terus berproses menjadi pribadi yang lebih baik. Terimakasih telah menjadi bagian menyenangkan dan menyakitkan dari proses pendewasaan penulis.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN

PERNYATAAN OTENTITAS

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS 11	
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	12
2.1.3 Desain Produk	14
2.1.4 Persepsi Harga.....	18
2.1.5 Citra Merek	22
2.1.6 Hubungan Antar Variabel.....	26
2.1.7 Penelitian Terdahulu.....	27
2.2 Kerangka Berpikir	31
2.3 Hipotesis	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	33
3.1 Metodologi Penelitian	33
3.2 Operasional Variabel.....	33
3.2.1 Variabel Bebas (Independent Variabel)	33
3.2.2 Variabel Terikat (Dependent Variabel)	34
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	35
3.3.1 Populasi.....	35
3.3.2 Sampel.....	35
3.4 Jenis dan Sumber Data	36

3.4.1 Jenis Data	36
3.4.2 Sumber Data	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data	37
3.6 Uji Instrumen	38
3.6.1 Uji Validitas	38
3.6.2 Uji Reliabilitas	42
3.7 Teknik Uji Analisis	44
3.7.1 Analisis Deskriptif	44
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	45
3.7.3 Uji Hipotesis	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Gambaran Umum Produk	49
4.2 Hasil Penelitian	50
4.2.1 Gambaran Karakteristik Responden	51
4.2.2 Analisis Deskriptif	54
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	62
4.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda	65
4.2.5 Uji Koefisien Determinasi	67
4.2.6 Uji Hipotesis	67
4.3 Pembahasan	70
4.3.1 Pengaruh Desain Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	70
4.3.2 Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	70
4.3.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	71
4.3.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN – LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Motor Yamaha NMAX di Kuningan	2
Tabel 1. 2 Data Penjualan Motor Honda PCX di Kuningan.....	3
Tabel 1.3 <i>Research GAP</i> Desain Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	34
Tabel 3.2 Rentang Nilai Skor Angket.....	38
Tabel 3. 3 Uji Validitas Variabel Desain Produk (X1).....	39
Tabel 3. 4 Uji Validitas Variabel Persepsi Harga (X2)	40
Tabel 3. 5 Uji Validitas Variabel Citra Merek (X3)	41
Tabel 3. 6 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	42
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Variabel Y.....	43
Tabel 4. 1 Skala Likert.....	50
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4. 4 Tabel Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4. 5 Distribusi Responden Berdasarkan Pengalaman	53
Tabel 4. 6 Data Rata-rata Variabel Desain Produk (X1).....	54
Tabel 4. 7 Data Rata-rata Variabel Persepsi Harga (X2)	56
Tabel 4. 8 Data Rata-rata Variabel Citra Merek (X3).....	58
Tabel 4. 9 Data Rata-rata Variabel Keputusan Pembelian (Y)	60
Tabel 4. 10 Uji Normalitas	63
Tabel 4. 11 Uji Multikolinearitas.....	64
Tabel 4. 12 Uji Heterokedasitas.....	65
Tabel 4. 13 Uji Regresi Linear Berganda	66
Tabel 4. 14 Uji Koefisien Determinasi	67
Tabel 4. 15 Uji F (Simultan).....	68
Tabel 4. 16 Uji T (Parsial)	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	32
------------------------------------	----