



**UNIVERSITAS
PGRI ADI BUANA
SURABAYA**

SKRIPSI

Pengaruh Iklan dan Citra Merek Honda Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Scoopy di Desa Keboan Anom Kecamatan Gedangan (Studi Pada Warga Desa Keboan Anom Kecamatan Gedangan)

Muhammad Oky Setiawan
171500095

Dosen Pembimbing
Moch. Munir Rachman, Drs., Ec., M.Si., Dr.

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2021**

**PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK HONDA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR
HONDA SCOOPY DI DESA KEBOAN ANOM
KECAMATAN GEDANGAN**

(Studi Pada Warga Desa Keboan Anom Kecamatan
Gedangan)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

MUHAMMAD OKY SETIAWAN
NIM : 171500095

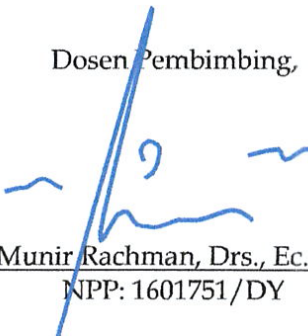
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
2021

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak diuji:

Tanggal : 25 Maret 2021

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large vertical stroke on the left, a loop in the middle, and a horizontal stroke at the bottom.

Moch. Munir Rachman, Drs., Ec., M.Si., Dr
NPP: 1601751/DY

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh iklan dan citra merek honda terhadap keputusan pembelian motor Honda Scoopy di Desa Keboan Anom Kecamatan Gedangan (Studi Pada Warga Desa Keboan Anom Kecamatan Gedangan).

Identitas Mahasiswa

- a. Nama : Muhammad Oky Setiawan
- b. NIM : 171500095
- c. Program studi : Manajemen
- d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana
Surabaya
- e. Alamat e-mail : muhokysetiawan23@gmail.com

Mengetahui,
Ketua Program Studi,



Wade Teguh Dwiarta, S.E., M.M
NPP: 1109598/ DY

Surabaya, 25 Maret 2021

Dosen Pembimbing,

Moch. Munir Rachman, Drs., Ec., M.Si., Dr
NPP: 8602112/ DY

Menyetujui

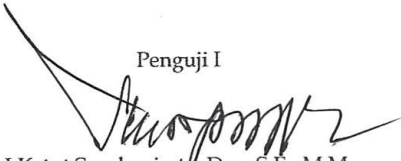
Drs. Teguh Purwanto, MM
NIP. 19601222.199003.1001

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI


Skripsi ini diterima dan disetujui oleh Panitia Ujian Skripsi Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya :

Pada Hari : Senin
Tanggal : 3 Mei
Tahun : 2021

Penguji I


I Ketut Surabagiarta, Drs., S.E., M.M.
NPP : 1701834/DY

Penguji II


Widhayani Puri, S.Sos., S.E., MSM.
NPP : 1507733/DY

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Oky Setiawan

NIM : 171500095

Program Studi : Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana
Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul : "Pengaruh Iklan dan citra merek honda terhadap keputusan pembelian motor Honda Scoopy di Desa Keboan Anom Kecamatan Gedangan (Studi Pada Warga Desa Keboan Anom Kecamatan Gedangan).. Yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2021 bersifat original.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya.

Surabaya, 25 Maret 2021

Mahasiswa,




Muhammad Oky Setiawan

NIM: 171500095

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan kemudahan-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan proposal penelitian dengan judul “Pengaruh Iklan dan citra merek honda terhadap keputusan pembelian motor Honda Scoopy di Desa Keboan Anom Kecamatan Gedangan (Studi Pada Warga Desa Keboan Anom Kecamatan Gedangan) ”

Dalam penyusunan proposal penelitian ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. M. Subandowo, M.S. Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Drs. H. Teguh Purwanto, M.M. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Bapak I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M. sebagai kaprodi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Bapak Moch. Munir Rachman, Drs., Ec., M.Si., Dr selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, dan koreksi selama proses penyelesaian skripsi ini.
5. Segenap Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, khususnya para Bapak/Ibu yang telah membekali ilmu pengetahuan dan wawasan kepada penulis.
6. Kepada Warga Desa Keboan Anom yang telah memberikan izin dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini dan memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis sehingga skripsi ini bisa selesai tepat waktu,

7. Kepada kedua orang tua saya yang sangat cintai yang selalu memberikan motivasi, dukungan, dan doa restu kepada saya dalam penyusunan skripsi ini,
8. Dan semua rekan seperjuangan Prodi Manajemen khususnya kelas D angkatan 2017 serta Kak Wahid, Dian Ayu Lestary, Yomima, Dewi, Farid dan Tantri yang selalu menemani selama 4 tahun ini,

Dalam penulisan proposal penelitian ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sangat penulis harapkan. Akhirnya penulis berharap semoga proposal penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 21 Januari 2021

Penulis

Motto

“ Hiduplah Seperti Pohon Kayu yang Lebat Buahnya “

“ Hidup di Tepi Jalan dan Dilempari Orang dengan Batu “

“ Tetapi Dibalas dengan Buah “

“Muhammad Oky Setiawan”

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iv
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
MOTTO	ix
ABSTRACT	x
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TELAAH PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	24
2.2.1 Pemasaran	24
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran	24
2.2.1.2 Konsep Pemasaran	25
2.2.1.3 Bauran Pemasaran	25
2.2.2 Kualitas Pembelian	26
2.2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian	26

2.2.2.2 Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	28
2.2.2.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	31
2.2.3 Iklan	31
2.2.3.1 Pengertian Iklan	31
2.2.3.2 Tujuan Iklan	32
2.2.3.3 Indikator Iklan	33
2.2.4 Citra Merek	34
2.2.4.1 Pengertian Citra Merek	34
2.2.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek	35
2.2.4.3 Indikator Citra Merek	36
2.3 Kerangka Konseptual	37
2.4 Hipotesis	38
2.4.1 Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	38
2.4.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	39
2.4.3 Pengaruh Iklan dan citra merek Terhadap Keputusan	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Rancangan Penelitian	42
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel ..	44
3.2.1 Populasi	44
3.2.2 Sampel	44
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	45
3.3 Jenis dan Sumber Data	46
3.3.1 Jenis Penelitian	46
3.3.2 Sumber Data	46
3.4 Teknik Pengumpulan Data	46

3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	47
3.5.1 Variabel Penelitian	47
3.5.2 Definisi Operasional	48
3.6 Teknik Analisis Data	50
3.6.1 Uji Instrumen	50
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	51
3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda	54
3.6.4 Pengujian Hipotesis	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	57
4.1.1 Deskripsi Hasil Penelitian.....	60
4.1.1.1 Karakteristik Responden	60
4.1.2 Distribusi Frekuensi Variabel.....	62
4.2 Analisis Data Penelitian	72
4.2.1 Pengujian Instrumen Penelitian.....	73
4.2.1.1 Uji Validasi	73
4.2.1.2 Uji Reliabilitas	79
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	82
4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	85
4.2.4 Koefisien Korelasi.....	86
4.2.5 Koefisien Determinasi	88
4.2.6 Pengujian Hipotesis.....	88
4.3 Jenis dan Sumber Data	91
4.3.1 Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian..	91
4.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembeli	
.....	91
4.3.3 Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan	
Pembelian.....	92

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	94
5.1 Simpulan.....	94
5.2 Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	37
Gambar 3.1 Rancangan Penelitian	43

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan 10 Sepeda Motor Terlaris di Indonesia Bulan Januari – Juni 2019	5
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Likert	46
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	61
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	62
Tabel 4.3 Skala Interval.....	63
Tabel 4.4 Distrusi Frekuensi Variabel Iklan (X1) Indikator Attention	63
Tabel 4.5 Distrusi Frekuensi Variabel Iklan (X1) Indikator Interest	64
Tabel 4.6 Distrusi Frekuensi Variabel Iklan (X1) Indikator Desire	65
Tabel 4.7 Distrusi Frekuensi Variabel Iklan (X1) Indikator Action	66
Tabel 4.8 Distrusi Frekuensi Variabel Citra Merk (X2) Indikator Atribut Merk.....	67
Tabel 4.9 Distrusi Frekuensi Variabel Citra Merk (X2) Indikator Keuntungan Konsumen.....	68
Tabel 4.10 Distrusi Frekuensi Variabel Citra Merk (X2) Indikator Kepribadian Merk.....	69
Tabel 4.11 Distrusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y) Indikator Kesesuaian Dengan Kemampuan Finansial	70
Tabel 4.12 Distrusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y) Indikator Produk mudah dijangkau	71
Tabel 4.13 Distrusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y) Indikator Promosi Produk	72

Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel Iklan (X1).....	73
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel Iklan (X1).....	74
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Variabel Iklan (X1).....	74
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Variabel Iklan (X1).....	75
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X2).....	76
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X2).....	76
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X2).....	77
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	78
Tabel 4.22 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	78
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	79
Tabel 4.24 Hasil Uji Reliabilitas Pada Variabel Iklan (X ₁)... ..	80
Tabel 4.25 Hasil Uji Reliabilitas Pada Variabel Iklan (X ₁)... ..	80
Tabel 4.26 Hasil Uji Reliabilitas Pada Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	81
Tabel 4.27 Hasil Uji Normalitas.....	82
Tabel 4.28 Hasil Uji Multikolonieritas	83
Tabel 4.29 Hasil Uji Autokorelasi	84
Tabel 4.30 Hasil Uji Heterokedastisitas	85
Tabel 4.31 Analisis Regresi Linier Berganda	85
Tabel 4.32 Interpretasi Koefisien Korelasi dan determinasi	87
Tabel 4.33 Interpretasi Koefisien Korelasi	87
Tabel 4.34 Hasil Pengujian Hipotesis Uji-t	89
Tabel 4.35 Hasil Pengujian Hipotesis Uji-F ANOVA	90

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2 : Berita Acara Ujian Proposal Skripsi
- Lampiran 3 : Lembaran Persetujuan Artikel
- Lampiran 4 : Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 5 : Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 6 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 7 : Tabulasi
- Lampiran 8 : Output SPSS