

ABSTRACT

This study intends to find out and analyze the influence of Brand Image, Product Quality & E-WOM Against the Purchase Decision of a Honda motorcycle at a CV dealer. Tirta Sejahtera Motor Krian Sidoarjo. The sampling technique uses incidental sampling. A sample of 105 respondents. From the analysis of the data, it can be concluded that there is an influence of Brand Image on Purchasing Decisions having a tcount of 5.529 with a significance level of 0,000, then $(0.00 < 0.05)$. Product Quality on Purchasing Decisions has a tcount of 2.134 with a significance value of 0.035 which $(0.035 < 0.05)$. E-WOM on Purchasing Decisions has a tcount of 4,198 with a significance level of 0,000, where $(0,000 < 0.05)$. Simultaneously obtained 21.922 significance value of 0.000 where $(0,000 < 0.05)$. So it can be concluded that the Brand Image, Product Quality, and E-WOM partially influence Purchasing Decisions.

Keyword: *Brand Image, Product Quality, E-WOM & Purchasing Decisions.*

ABSTRAK

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh Brand Image, Kualitas Produk & E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda pada dealer CV. Tirta Sejahtera Motor Krian Sidoarjo. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampling insidental. Sampel sejumlah 105 responden. Dari analisis data, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian memiliki thitung sebesar 5,529 dengan tingkat signifikansi 0,000, maka ($0,00 < 0,05$). Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian memiliki thitung sebesar 2,134 dengan nilai signifikansi sebesar 0,035 yang mana ($0,035 < 0,05$). EWOM terhadap Keputusan Pembelian memiliki thitung sebesar 4,198 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, dimana ($0,000 < 0,05$). Secara simultan diperoleh Fhitung 21,922 nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana ($0,000 < 0,05$). Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Brand Image, Kualitas Produk, dan E-WOM berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian secara parsial.

Kata kunci: Brand Image, Kualitas Produk, E-WOM & Keputusan Pembelian.

DAFTAR ISI

Halaman Judul	ii
Halaman Pengesahan	iii
Berita Acara Ujian Skripsi	iv
Surat Pernyataan Keaslian	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
ABSTRACT	ix
ABSTRAK.....	x
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
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	13
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	13
2.2.2 Brand Image	14
2.2.3 Kualitas Produk.....	15
2.2.4 Electronic Word Of Mouth.....	17
2.2.5 Keputusan Pembelian.....	18
2.2.6 Hubungan Antar Variabel	19
2.3 Kerangka Konseptual	20
2.4 Hipotesis.....	27

BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Rancangan Penelitian	29
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.3 Jenis dan Sumber Data	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data	33
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Variabel Penelitian	35
3.6 Teknik Analisis Data.....	37
 BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	 43
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	43
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	44
4.3 Analisis Data Penelitian	49
4.4 Pembahasan Penelitian.....	66
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	 71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran	72
 DAFTAR PUSTAKA	 75

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

2.1 Penelitian Terdahulu	12
3.1 Tabel Skala Likert	34
4.1 karakteristik responden berdasarkan kelamin	44
4.2 karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
4.3 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Brand Image</i>	46
4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas produk	47
4.5 Distribusi Frekuensi Variabel <i>E-WOM</i>	48
4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	49
4.7 Rekapitulasi Data Variabel	50
4.8 Hasil Uji Validitas	54
4.9 Hasil Uji Reliabilitas	56
4.10 Hasil Uji Normalitas	57
4.11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	58
4.12 Hasil Pengujian Durbin Wakson Regresi Linier	59
4.13 Analisis Linier Berganda	62
4.14 Hasil Uji t	64
4.15 Hasil Uji F	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

2.1	Kerangka Berfikir	24
2.2	Kerangka Konseptual	26
3.1	Rancangan Penelitian	30
4.1	Scatterplot	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

- Lampiran 1 Surat Permohonan Ijin Penelitian
- Lampiran 2 Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 3 Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 4 Berita Acara Seminar Proposal
- Lampiran 5 Kuisisioner
- Lampiran 6 Tabulasi Variabel *Brand Image*
- Lampiran 7 Tabulasi Variabel Kualitas Produk
- Lampiran 8 Tabulasi Variabel *E-WOM*
- Lampiran 9 Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian
- Lampiran 10 Tabel Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 11 Hasil Perhitungan Uji Validitas
- Lampiran 12 Hasil Perhitungan Uji Reabilitas
- Lampiran 13 Hasil Perhitungan Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Autokorelasi, Heteroskedastisitas Dan Regresi Linier Berganda
- Lampiran 14 Hasil Perhitungan Uji T & F
- Lampiran 15 Daftar Hadir Seminar Proposal
- Lampiran 16 Lembar Persetujuan
- Lampiran 17 Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi
- Lampiran 18 Berita Acara Lampiran Ujian Skripsi