



**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN HONDA CB150R DI JAKARTA**

PERIODE 2017

GHEO OLIVERO

Kwik Kian Gie School of Business
Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Jakarta 14350

Ir. Dergibson Siagian, M.M

Kwik Kian Gie School of Business
Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Jakarta 14350

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRAK

Gheo Ollero / 23120317 / 2017 / Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas produk terhadap Keputusan pembelian Honda CB150R / Pembimbing : Ir. Dergibson Siagian, M.M.

Kebutuhan akan sepeda motor sebagai alat transportasi sangatlah tinggi. Sepeda motor juga tepat untuk segala kondisi jalan yang ada di Jakarta, menjadikan sepeda motor sebagai sarana transportasi penting bagi konsumennya.

Di masa seperti saat ini motor tidak hanya digunakan sebagai alat transportasi tetapi juga sebagai cerminan kelas sosial masyarakat. Salah satunya adalah model *naked sport* yang dirancang sebagai kendaraan yang cocok dalam segala kondisi jalan, design yang gagah, dan memiliki kenyamanan dalam penggunaannya.

Pengambilan keputusan pembelian sepeda motor dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah citra merek, harga dan kualitas produk, keputusan pembelian adalah proses dimana konsumen benar benar memutuskan untuk membeli sebuah produk.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah citra merek, harga, dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Honda CB150R. Teknik pengumpulan data menggunakan Kuestioner yang di bagikan kepada 100 responden yang menggunakan Honda CB150R. Teknik pengambilan sampel dengan cara non Probability sampling ini diolah dengan SPSS 20.

Dari penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Honda CB150R, harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Honda CB150R, dan kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Honda CB150R.



ABSTRACT

Gheo Olivero / 23120317 / The effect of Brand image, Price, and Quality Product on Honda CB150R Buying Decision / Advisor : Ir. Dergibson Siagian. M.M

Demand for a motorcycle as a transportation is high. Motorcycle is suitable for any road circumstances, that the reason why motorcycle chosen as a the option vehicle in Jakarta.

Nowadays, motorcycle not only used as transportation but also as reflection of a social class. One of which is naked sport bike, a motorcycle that compatible for any road condition, mainly design, and comfortable in it use.

Motorcycle buying decisions might be influenced by several factor, such as brand image, price and product quality. Buying decision is a process where consument actually decides to buy a product

The aim for the research is to describes that if brand image, price and product quality influenced the costumer into their buying decision for Honda CB150R. The technique to collecting data for this research is using questionnaires who distributed to 100 respondent which use Honda CB150r. sampling technique used in this research is non probabality technique who tested using SPSS 20

For the research that has been done, it can be concluded brand image has no significant effect toward buying decision for Honda CB150R, price has no significant effect toward buying decision for Honda CB150R, and product quality has a significant effect toward to Honda CB150R buying decision.

1. Dilengkapi dengan daftar pustaka yang relevan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





PENDAHULUAN

Masyarakat memerlukan alat transportasi kendaraan khususnya sepeda motor, karena dengan memiliki dan menggunakan sepeda motor dapat mendukung kebutuhan aktifitas masyarakat perkotaan khususnya Jakarta.

dimana ketepatan dan efisiensi waktu untuk berpindah dari satu tujuan ke tujuan lain lebih terjamin. Oleh karena itu kebutuhan akan sepeda motor sebagai alat transportasi sangatlah tinggi, dimana sepeda motor dinilai sebagai alternatif transportasi yang mudah didapat dengan harga terjangkau dan irit bahan bakar.

Fenomena ini membuat perusahaan dihadapkan kepada kondisi persaingan yang semakin kompetitif, kondisi ini pula yang membuat produsen harus lebih kreatif dan inovatif dengan menawarkan sesuatu daripada produk yang di tawarkan agar mendapat nilai yang lebih dari benak konsumen.

METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini, yang menjadi obyek penelitian adalah keputusan pembelian Honda CB150R di Jakarta. Subyek penelitian ini adalah para konsumen yang Memiliki Honda CB150R. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden secara langsung, dengan subyek penelitian sejumlah 100 orang responden yang dilakukan pada bulan Agustus 2016- September 2016.

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang telah diolah dan dianalisis, maka hasil penelitian ini sebagai berikut :

1. Jumlah responden(100 responden) terbanyak berdasarkan usia adalah 19 – 29 tahun sebanyak 59 responden, berdasarkan jenis kelamin di dominasi oleh pria sebanyak 100 responden, dan berdasarkan pekerjaan adalah karyawan sebanyak 52 responden.
2. Berdasarkan tabel analisis skor variabel citra merek menunjukkan dari 100 responden, diperoleh skor rata rata sebesar 4.15 dimana posisi tersebut berada pada rentang skala setuju yang artinya responden setuju bahwa Honda memiliki citra merek yang bagus.
3. Berdasarkan tabel analisis skor variabel harga menunjukkan dari 100 responden, diperoleh skor rata rata sebesar 4.29 dimana posisi tersebut berada pada rentang skala sangat setuju yang artinya responden sangat setuju bahwa Honda CB150R memiliki harga yang sangat baik bagi konsumen.
4. Berdasarkan tabel analisis skor variabel kualitas produk menunjukkan dari 100 responden, diperoleh skor rata rata sebesar 4.34 dimana posisi tersebut berada pada rentang skala sangat setuju yang artinya responden sangat setuju bahwa Honda CB150R merupakan produk yang sangat berkualitas.
5. Berdasarkan tabel analisis skor variabel keputusan pembelian menunjukkan dari 100 responden, diperoleh skor rata rata sebesar 4.05 dimana posisi tersebut berada pada rentang skala setuju yang artinya responden setuju terhadap keputusan pembelian dan menjadi pengguna Honda CB150R.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



6. Dari hasil pengolahan data pra kuisioner dapat diketahui bahwa valid atau tidaknya item pertanyaan. Dimana item pertanyaan yang valid digunakan sebagai butir butir pertanyaan dalam kuisioner.
7. Dari hasil pengolahan data pra kuisioner dapat diketahui bahwa variabel citra merek, harga, dan kualitas produk adalah reliabel, karena nilai dari *cronbach alpha* > 0.60 .
8. Berdasarkan data hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal karena didapatkan nilai sig $0.524 >$ nilai $\alpha 0.05$.
9. Berdasarkan data hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variable independent karena nilai VIF pada masing masing variabel bebas kurang dari 2.
10. Berdasarkan data hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi antar data yang ada, karena *Durbin Watson* berada pada rentang tidak terjadi autokorelasi.
11. Berdasarkan data hasil pegujian dapat disimpulkan bahwa masing masing variabel bebas tidak signifikan secara statis mempengaruhi variabel dependen, karena nilai signifikan masing masing variabel independent di atas 5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.
12. Berdasarkan data hasil pengujian, persamaan regresi linier berganda yang di dapat adalah $Y = 1.332 + 0.134 \text{ citra merek} - 0.40 \text{ Harga} + 0.538 \text{ Kualitas produk}$
13. Uji f dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan kedalam model mempunyai pengaruh secara bersama sama terhadap variabel dependen. Dalam pengujian ini nilai sig yang diperoleh adalah $0.000 \leq 0.05$ artinya adalah bahwa variabel bebas (citra merek, harga, dan kualitas produk) berpengaruh secara bersama sama terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).
14. Hasil uji t adalah sebagai berikut :
 - a) Variabel citra merek tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Honda CB150R, karena nilai sig yang dihasilkan adalah $0.161 \geq 0.05$.
 - b) Variabel harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Honda CB150R, karena nilai sig yang dihasilkan adalah $0.726 \geq 0.05$.
 - c) Variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Honda CB150R, karena nilai sig yang dihasilkan adalah $0.000 \leq 0.05$.
15. *R square* sebesar 0.236 dengan demikian hanya 23,6% keragaman nilai dari keputusan pembelian yang mampu di jelaskan oleh oleh variabel independen, sedangkan sisanya ($100\% - 23.6\% = 76,4\%$) dijelaskan oleh faktor faktor lain diluar model.
1. Hipotesis 1 menyatakan citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis dapat diterima, dimana pada tabel 4.20 diperoleh hasil 0.134 tetapi tidak signifikan (sig : 0.161). Maka dapat dikatakan bahwa citra merek berpengaruh positif sebesar 0.134 namun pengaruhnya tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Waode Reny Yuniarti (2014) dimana dalam penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun dalam penelitian ini citra merek memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan. Dalam penelitian ini citra merek pengaruhnya tidak signifikan terhadap

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



keputusan pembelian karena adanya pengaruh independen lain yang lebih besar, yaitu kualitas produk.

2. Hipotesis 2 menyatakan harga berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, dimana pada tabel 4.20 diperoleh hasil tidak signifikan (sig : 0.726).. Hasil ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wayan Adi Virawan (2013) dimana dalam penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini disebabkan karena adanya pengaruh independen lain yang lebih besar, yaitu kualitas produk.

3. Hipotesis 3 menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis dapat diterima , dimana pada tabel 4.20 diperoleh hasil 0.538 dan signifikan (sig :0.000). hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad baihaki zaini (2013) dimana dalam penelitian tersebut juga diperoleh hasil kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. ini menjelaskan bahwa semakin bagus kualitas produk Honda CB150R maka keputusan pembelian juga akan semakin meningkat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa:

1. Citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Honda CB150R
2. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini berarti unsur harga memberikan pengaruh yang relatif terhadap keputusan pembelian, ada sebagian konsumen yang sensitif terhadap harga, akan tetapi ada juga yang tidak begitu mempertimbangkan harga dalam pengambilan keputusan pembelian produk.
3. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini berarti bahwa sebagai produsen kita harus mengkedepankan kualitas dari produk kita, karena konsumen akan cenderung mengambil keputusan pembelian bila kualitas produk yang ditawarkan sangat baik.

B. Saran

Dari kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka penulis mencoba untuk memberi antara lain :

1. Bagi perusahaan:



- a. Citra merek memberi pengaruh baik terhadap keputusan pembelian CB150R, oleh karena itu Honda harus mempertahankan citra yang sudah ada.
- b. Kualitas produk yang Honda CB150R tawarkan sudah sangat baik, Honda hendaknya mempertahankan kualitas produk dan tetap melakukan inovasi pada produknya.
- c. Harga yang Honda CB150R tawarkan sekarang sudah sesuai dengan benak konsumen, namun berdasarkan data, harga memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, oleh karena itu Honda harus mempertahankan harga yang sudah ada sekarang, tidak perlu menaikkan harga yang sudah ada.

2. Bagi peneliti :

Penelitian ini hanya terbatas pada variabel citra merek, harga, dan kualitas produk. Oleh karena itu, penulis menyarankan agar menambah variabel lain seperti pengalaman merek, kualitas layanan, promosi dan lain lain, agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Setiawan, Budi (2013), Teknik Praktis Analisis Data Penelitian Sosial dan Bisnis Dengan Spss, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong (2012), *Principles of Marketing*, Edisi ke-14, Global Edition, USA: Pearson.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller (2009), Manajemen Pemasaran, Edisi ke-13, New Jersey: Prentice-Hall.
- Pertarungan Honda dan Yamaha Dalam Pasar Sepeda Motor Nasional, Diakses 21 Juni 2016, <https://gadingmahendradata.wordpress.com>.
- Pasang Surut Bisnis Sepeda Motor di Indonesia, Diakses 21 Juni 2016, <http://www.marketing.co.id>.
- Honda CB150R Dinobatkan Sebagai Bike of The Year 2016, Diakses 21 Juni 2016, <http://otomotif.bisnis.com>.
- www.ais.or.id, penjualan Honda CB150R dengan Yamaha Vixion diakses 21 Juni 2016



Zaini, Ahmad (2013), *Analisa Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent Di Wilayah Jakarta Timur*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.

Waode, Reny (2014), *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Semen Pada PT. Semen Tonasa Kabupaten Pangkep*, Universitas Hasanuddin, Makasar.

Virawan, Wayan Adi (2013), *Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer Di Kota Semarang*, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.

Sangadji, Mamang dan Sopiah (2013), *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*, Yogyakarta: Penerbit Andi.

<http://www.astra-honda.com>, Diakses 3 Januari 2017

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.