



**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
MOTOR YAMAHA  
DI PT. YAMAHA INDONESIA MOTOR MANUFACTURING**

**Champion**

**Ir. Tumpal Janji Raja Sitinjak M.M**

Program Studi Manajemen, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jl. Yos Sudarso Kav.  
87, Jakarta 14350.

**ABSTRAK**

Pada saat ini, pertumbuhan Industri Otomotif yaitu kendaraan Bermotor di Indonesia tumbuh secara signifikan dan jumlah pemilik kendaraan terus meningkat setiap tahunnya. Hal ini disebabkan oleh pertumbuhan angka penduduk yang ada di Indonesia meningkat setiap tahunnya. Hal ini membuat persaingan bisnis semakin Ketat. Berbagai Perusahaan ternama menciptakan Inovasi dan Strategi yang tepat agar dapat bersaing dengan para kompetitor. Perusahaan Manufaktur Raksasa yang dikenal yaitu PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing. Perusahaan ini sudah dikenal oleh Masyarakat Indonesia pada tahun 1974 hingga saat ini selalu dikenal oleh seluruh kalangan masyarakat di Indonesia. Produk yang PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing yaitu Motor Yamaha yang dimana motor ini menjadi pesaing dikelasnya dengan inovasi baru. namun PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing harus merancang strategi persaingan bisnis yang Efektif dan Efisien. Dengan banyaknya persaingan bisnis, PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing harus mempertimbangkan keputusan pembelian konsumen yang dipengaruhi oleh Citra Merek, dan Kualitas Layanan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yang berdasarkan teori yang ada yaitu adalah variable pertama yaitu Citra Merek, variable kedua yaitu Kualitas Layanan dan variable ketiga yaitu Keputusan pembelian. Dalam Penelitian ini Citra Merek, dan Kualitas Layanan sebagai variabel independent dan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Dependen menjadi dasar penelitian ini. Objek Penelitian ini Adalah Motor Yamaha . Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik non-probability sampling dengan pendekatan judgement sampling Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik komunikasi dengan cara menyebarkan kuesioner secara elektronik melalui Google Forms kepada 100 responden yang membeli , atau pernah memakai produk Motor Yamaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek, dan Kualitas Layanan telah terbukti memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian, sehingga semua hipotesis dapat diterima. Dan Kesimpulan dari penelitian ini adalah Citra Merek, dan Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Motor Yamaha di PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing.

**Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian.**

**ABSTRACT**

*At present, the growth of the Automotive Industry, namely Motor Vehicles in Indonesia is growing significantly and the number of vehicle owners continues to increase every year. This is due to the growth of the population in Indonesia increasing every year. This makes business competition even tighter. Various well-known companies create the right innovation and strategy in order to compete with competitors. The giant manufacturing company known is PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing. This company has been known by the Indonesian people in 1974 until now it is always known by all people in Indonesia. Products that PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing is a Yamaha motorcycle where this motorbike is a competitor in its class with new innovations. however, PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing must design an effective and efficient business*



competition strategy. With so much business competition, PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing must consider consumer purchasing decisions that are influenced by Brand Image, and Service Quality. The theory used in this study based on existing theory is the first variable namely Brand Image, the second variable is Service Quality and the third variable is purchasing decisions. In this study, Brand Image, and Service Quality as independent variables and Purchasing Decision as Dependent Variables are the basis of this study. The object of this study is Yamaha motorcycles. The sampling technique used in this study is a non-probability sampling technique with a judgment sampling approach. The data collection technique used is a communication technique by distributing questionnaires electronically through Google Forms to 100 respondents who buy, or have used Yamaha motorcycle products. The results showed that Brand Image, and Quality Service have been shown to have a positive influence on purchasing decisions, so all hypotheses are acceptable. And the conclusion of this study is that Brand Image, and Service Quality have a positive influence on the purchase decision of Yamaha Motorcycles at PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing.

**Keywords:** brand image, quality service, purchase decision.

## Pendahuluan

### Latar Belakang Masalah

Berdasarkan Survei dari AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia ) 2018-2023, Penjualan PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing atau Motor Yamaha menjadi Penjualan terbesar kedua di Indonesia. Di banding kompetitornya, jumlah penjualan motor Honda jauh lebih tinggi sekitar 19.704.904 unit dan urutan terakhir adalah Motor TVS dengan penjualan sebanyak 11.698 unit periode 2018-2023 menurut AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia ). Pada Tahun 2020 mengalami penurunan angka Penjualan di banding tahun lainnya dikarenakan Pandemi Covid 19 dimana seluruh sektor mengalami penurunan secara besar besar dari Indonesia m. Sehingga pada Tahun 2020 merupakan Covid 19 terburuk sepanjang periode 2018- 2023. Pada tahun 2022 tidak dijelaskan penjualan AISI secara spesifik setiap merek Perusahaan.

### Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penulis membatasi ruang lingkup masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen motor Yamaha?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen motor Yamaha?

### Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha.
2. Untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha.

### Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini memiliki manfaat penelitian yaitu:

1. Bagi Peneliti  
Hasil Penelitian ini dapat memberikan manfaat dan pengetahuan serta pemahaman bagi peneliti dan dapat digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya.
2. Bagi Kalangan Akademis  
Sebagai bahan penelitian akhir pertimbangan meluluskan mahasiswa Kwik Kian Gie School of Business.



### 3. Bagi Perusahaan

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, saran dan kritik di PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha.

## KAJIAN PUSTAKA

### Landasan Teori

#### Citra Merek

Menurut Meliantari (2023 : 136) Citra adalah terbentuk melalui tahap yang terjadi pada proses persepsi, dilanjutkan pada tahap keterlibatan konsumen. Maka definisi Citra merek adalah merupakan persepsi mengenai merek di pikiran konsumen yang membentuk kepercayaan konsumen maupun konsumen terhadap suatu perusahaan. Menurut Firmansyah (2019 : 60) Citra Merek adalah sebagai suatu persepsi yang muncul dibenak konsumen setelah mengingat suatu merek produk dipilih dan citra merek memiliki sifat ekstrinsik produk atau layanan, termasuk cara-cara di mana usaha suatu merek untuk memenuhi kebutuhan psikologis atau sosialiasi Konsumen.( Keller, 2020 : 113). Dengan asumsi diatas maka peneliti menyimpulkan Citra Merek adalah gambaran kuat dari nilai kepercayaan pada produk setiap merek dan memenuhi kebutuhan setiap konsumen.

#### Kualitas Layanan

Menurut Kotler, Keller dan Chernev (2022 : 448) Dalam pengertian kualitas, kualitas merupakan totalitas fitur dan karakteristik suatu produk atau layanan yang digunakan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan tersurat atau tersirat. Menurut Halim et al. (2021 : 4) Suatu produk yang dibuat atau diproduksi untuk kebutuhan sekelompok orang dan produk dapat berwujud seperti barang dan tidak berwujud atau layanan (jasa) Sehingga Kualitas layanan terfokus mencerminkan pandangan Konsumen tentang keandalan, jaminan, daya tanggap, empati, dan hal-hal nyata. (Zeithamal et al., 2018 :79). Dengan demikian peneliti menyimpulkan Kualitas Layanan adalah kualitas layanan berfokus pada kepuasan konsumen atas layanan yang diberikan oleh satu perusahaan berupa keandalan, jaminan, daya tanggap, empati, dan hal-hal nyata.

#### Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Amstrong (2020 : 161) Keputusan pembelian terjadi karena konsumen membeli merek yang paling disukai . Proses di mana konsumen membuat keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian mereka sering disebut sebagai perjalanan keputusan konsumen. Penyebab perjalanan ini berasal dari fakta bahwa cara konsumen mengambil keputusan pembelian tidak selalu linier. Sebaliknya, proses ini sering kali merupakan proses berulang di mana konsumen dipengaruhi oleh informasi baru yang mereka temui pada berbagai tahap keputusan mereka, yang dapat melibatkan kebutuhan untuk kembali dan meninjau kembali penilaian mereka sebelumnya. (Kotler, Keller dan Chernev, 2022 : 91). Pada tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi di antara merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan dan mungkin juga membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai. (Kotler, Keller dan Chernev, 2022 : 95). Dengan asumsi diatas maka peneliti menyimpulkan keputusan pembelian terjadi ketika konsumen atau pembeli mendapatkan merek dan membuat keputusan pembelian berdasarkan yang disukai dan melibatkan kebutuhan konsumen dengan penilaian sebelumnya

## KERANGKA PEMIKIRAN

### 1. Pengaruh Citra Merek Terhadap keputusan Pembelian

Citra Merek merupakan gambaran kuat dari nilai kepercayaan pada produk dan memenuhi kebutuhan setiap konsumen. Citra Merek sangat mempengaruhi dalam keputusan pembelian dalam setiap keputusan yang diambil oleh konsumen, sehingga membangun Citra Merek yang baik dan dapat dipercaya tugas penting bagi suatu perusahaan. Semakin baik Citra Merek, maka semakin

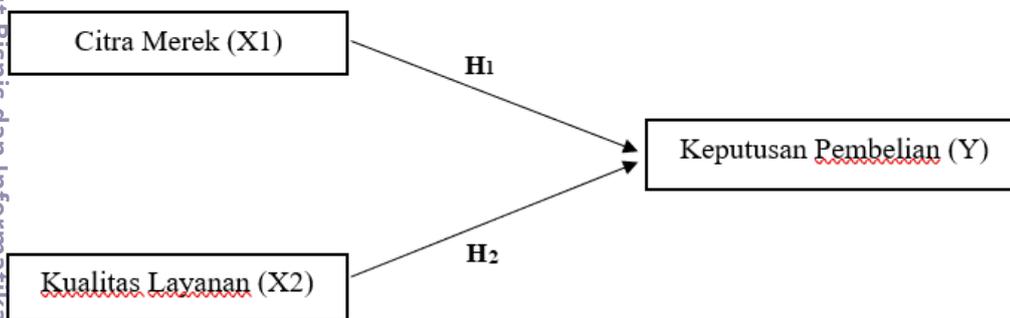


tinggi keputusan pembelian. Dan sebaliknya jika Citra Merek semakin tidak baik maka semakin rendah keputusan pembelian.

## 2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas layanan berfokus pada kepuasan konsumen atas layanan yang diberikan. Dengan adanya Kualitas Layanan di dalam suatu perusahaan, maka konsumen sangat yakin terhadap keputusan pembelian konsumen pilih, sehingga membangun respon yang positif dan meningkatkan keputusan pembelian. Sebaliknya jika kualitas layanan tidak dapat dirasakan oleh konsumen, maka semakin rendah keputusan pembelian.

**Gambar 2.1**  
**Diagram Kerangka Pemikiran**



### Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut :

H1: Citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

H2: Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

### METODE PENELITIAN

Objek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah Motor Yamaha. Sedangkan subjek penelitian ini adalah Konsumen yang membeli atau pernah memakai Motor Yamaha. Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel terikat (*Dependent variable*) dan variabel bebas (*Independent variable*). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y), sedangkan yang menjadi variabel bebas adalah citra merek (X<sub>1</sub>) dan kualitas layanan (X<sub>2</sub>). Jenis teknik *non-probability sampling* yang diambil yaitu *purposive sampling* dengan pendekatan *judgment sampling*. Untuk ukuran pengambilan sampel sebaiknya minimal 50 dan sebaiknya 100 atau lebih besar. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara menyebarkan kuisioner secara elektronik menggunakan *google form* kepada 100 responden. Setelah data terkumpul melalui kuesioner, peneliti melakukan pengolahan data dan melakukan analisis data. Data data tersebut akan diolah dengan menggunakan aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS 25.



## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Deskriptif

#### Uji Validitas

Dalam penelitian, peneliti melakukan Uji Validitas dengan menyebarkan Pra Kuisisioner melalui Google Form kepada 30 Responden pembeli atau memakai Motor Yamaha di seluruh DKI Jakarta.

**Tabel 4. 1**  
**Uji Validitas Citra Merek**

No	Pertanyaan	r- hitung	r-tabel	Keterangan
1	Motor Yamaha merupakan merek kendaraan pilihan dalam membantu aktifitas sehari hari.	0,287	0,361	Tidak Valid
2	Merek Motor Yamaha dikenal secara nasional maupun internasional.	0,610	0,361	Valid
3	Merek Motor Yamaha memiliki semua jenis tipe kendaraan terlengkap.	0,719	0,361	Valid

Sumber : lampiran 5 , hal 99

Berdasarkan dari tabel 4.1 Uji Validitas di atas bahwa 1 indikator butir pertanyaan dalam Variabel Citra Merek dinyatakan tidak valid yaitu “Motor Yamaha merupakan merek kendaraan pilihan dalam membantu aktifitas sehari hari” sehingga tidak di gunakan dalam penelitian ini dan Indikator butir pertanyaan ke 2 dan 3 dinyatakan bahwa nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka dapat digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 4. 2**  
**Uji Validitas Kualitas Layanan**

No	Pertanyaan	r- hitung	r-tabel	Keterangan
1	Merek Motor Yamaha memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang dijanjikan	0,717	0,361	Valid
2	Merek Motor Yamaha memberikan pelayanan yang baik secara konsisten	0,582	0,361	Valid
3	Merek Motor Yamaha memberikan pelayanan terhadap konsumen dengan tepat waktu sesuai dengan estimasi yang diberikan	0,824	0,361	Valid
4	Pelayanan <i>Customer Service</i> Merek Motor Yamaha memproses permintaan saya dengan cepat	0,626	0,361	Valid
5	<i>Customer Service</i> Merek Motor Yamaha selalu siap untuk menanggapi permintaan saya	0,640	0,361	Valid
6	Perilaku <i>Customer Service</i> Merek Motor Yamaha menumbuhkan kepercayaan pada konsumen	0,783	0,361	Valid
7	Saya merasa aman saat bertransaksi di Merek Motor Yamaha	0,636	0,361	Valid



8	<i>Customer Service</i> Merek Motor Yamaha selalu berperilaku sopan dalam memberikan pelayanan terbaik	0,636	0,361	Valid
9	<i>Customer Service</i> Merek Motor Yamaha memiliki pengetahuan yang luas untuk menjawab pertanyaan konsumen.	0,742	0,361	Valid
10	<i>Customer Service</i> Merek Motor Yamaha memberikan perhatian secara individual kepada saya.	0,723	0,361	Valid
11	<i>Customer Service</i> Merek Motor Yamaha memperlakukan konsumen dengan penuh kepedulian	0,694	0,361	Valid
12	Waktu operasional 8 sampai 9 jam dan buka setiap hari dari Pelayanan Merek Motor Yamaha memudahkan saya bertransaksi	0,707	0,361	Valid
13	Merek Motor Yamaha memiliki teknologi modern dan peralatan bengkel yang canggih yang memudahkan proses pelayanan konsumen	0,788	0,361	Valid
14	Karyawan Merek Motor Yamaha bernampilan rapi dan professional	0,791	0,361	Valid
15	Merek Motor Yamaha selalu memprestasikan produk dan layanan service kepada konsumen	0,704	0,361	Valid

Sumber : lampiran 4 , hal 99

Berdasarkan dari tabel 4.2 Uji Validitas di atas dinyatakan bahwa nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  , maka dapat dikatakan bahwa semua indikator butir pertanyaan dalam Variabel Kualitas Layanan dinyatakan valid sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 4. 3**  
**Uji Validitas Keputusan Pembelian**

No	Pertanyaan	r- hitung	r-tabel	Keterangan
1	Saya merasa bahwa Merek Motor Yamaha memberikan keunggulan-keunggulan produknya	0,767	0,361	Valid
2	Saya merasa bahwa Merek Motor Yamaha memberikan manfaat yang positif untuk aktifitas sehari hari	0,855	0,361	Valid
3	Saya merasa bahwa Merek Motor Yamaha memudahhkan konsumen dalam pemilihan tipe kendaraan yang disukai	0,799	0,361	Valid
4	Saya merasa bahwa merek Merek Motor Yamaha memberikan daya tarik karena mempunyai citra merek yang terkenal	0,761	0,361	Valid
5	Saya memilih kendaraan Merek Motor Yamaha karena saya telah terbiasa menggunakan kendaraan dengan merek tersebut	0,822	0,361	Valid



6	Saya merasa bahwa Merek Motor Yamaha memberikan kualitas produk yang sesuai dengan manfaat yang dirasakan	0,855	0,361	Valid
7	Saya merasa bahwa Merek Motor Yamaha memberikan pelayanan yang baik	0,896	0,361	Valid
8	Saya merasa bahwa Merek Motor Yamaha memiliki kemudahan untuk mendapati setiap produk dan layanan <i>service</i> nya	0,744	0,361	Valid
9	Saya dapat memesan produk di Merek Motor Yamaha kapan saja disaat saya membutuhkan	0,668	0,361	Valid
10	Saya akan memesan produk Merek Motor Yamaha lebih dari satu	0,691	0,361	Valid

Sumber : lampiran 4, hal 100

Berdasarkan dari tabel 4.3 Uji Validitas di atas dinyatakan bahwa nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka dapat dikatakan bahwa semua indikator butir pertanyaan dalam Variabel Keputusan Pembelian dikatakan valid sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini.

### Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan Uji Reliabilitas dengan menyebarkan Pra Kuesioner melalui Google Form kepada 30 Responden. Kuesioner dinyatakan Reliabel apabila nilai setiap Indikator butir pertanyaan suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach's Alpha ( $\alpha$ )  $> 0,70$

**Tabel 4. 4**  
**Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Citra Merek	0,704	Reliabel
Kualitas Layanan	0,940	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,944	Reliabel

Sumber: lampiran 6, hal 101

Berdasarkan data dari tabel 4.4 di atas, diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha dari masing-masing variabel lebih besar dari Cronbach's Alpha sebesar 0.70 sehingga setiap variabel dikatakan reliabel dan layak dipergunakan sebagai alat pengumpulan data.

### Analisis Profil Responden

Analisis responden dilakukan untuk mengetahui bagaimana karakteristik sampel dengan menyebarkan kuisisioner ke 100 responden telah membeli atau memakai motor yamaha. Karakteristik responden yang dibahas peneliti yaitu jenis kelamin, usia, dan pekerjaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.



## Jenis Kelamin Responden

**Tabel 4. 5**  
**Analisis Deskriptif Variabel berdasarkan Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki- laki	62	62%
Perempuan	38	38%
Total	100	100%

Sumber : lampiran 4, hal 90

Berdasarkan penyebaran kuisisioner pada data tabel 4.5 diatas, dinyatakan bahwa 62% adalah responden Laki - Laki dan sisanya 38% adalah responden Perempuan. Dari data ini dikatakan yang membeli atau memakai motor Yamaha lebih banyak adalah Laki - laki.

## Usia Responden

**Tabel 4. 6**  
**Analisis Deskriptif Variabel Berdasarkan Usia Responden**

Rentang Usia	Jumlah	Presentase (%)
17-23 Tahun	54	54%
24-30 Tahun	35	35%
31-38 Tahun	6	6%
39- 45 Tahun	4	4%
> 45 Tahun	1	1%
Total	100	100%

Sumber : lampiran 4, hal 90

Berdasarkan penyebaran kuisisioner pada data tabel 4.6 diatas, dinyatakan bahwa banyaknya 54 responden masih berumur 17-23 tahun, 35 responden masih berumur 24-30 tahun, 6 responden masih berumur 31-38 tahun, 4 responden masih berumur 39-45 tahun dan 1 responden diatas usia 45 tahun. Jika dijumlahkan menjadi 100 responden (100%) , Sehingga dapat dikatakan bahwa yang sering membeli atau memakai motor yamaha adalah untuk urutan pertama yaitu di usia 17-23 tahun dan urutan kedua adalah 24-30 tahun.

## Pekerjaan Responden

**Tabel 4. 7**  
**Analisis Deskriptif Variabel Berdasarkan Pekerjaan Responden**

Rentang Usia	Jumlah	Presentase (%)
Pelajar	2	2%
Mahasiswa	19	19%
Wiraswasta	6	6%
Karyawan	72	72%
Ibu Rumah Tangga	1	1%
Total	100	100%

Sumber : lampiran 4, hal 90

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui bahwa banyaknya 2 responden adalah pelajar, 19 responden adalah mahasiswa, 6 responden adalah wiraswasta, 72 responden adalah karyawan, dan 1 responden

© Hak cipta milik IBI Kwik Kian Gie, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Ditinjau Undang-Undang

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.



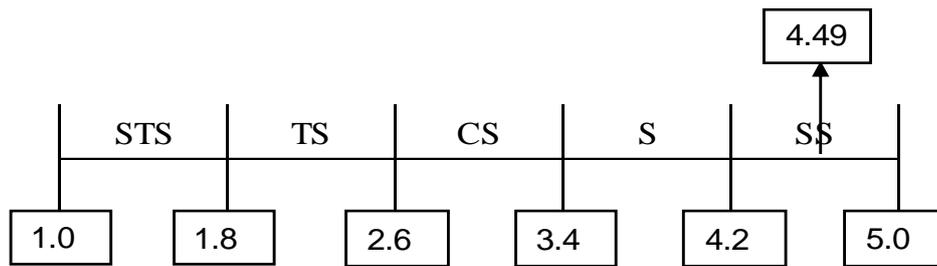
adalah ibu rumah tangga. Jika di jumlahkan menjadi 100 responden (100%). Sehingga dapat dikatakan bahwa yang sering membeli atau memakai motor yamaha adalah karyawan.

**Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek**

**Tabel 4. 8**  
**Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek**

No	Pertanyaan / Variabel	Nilai Frekuensi					Rata - rata	Selang Kepercayaan 95%
		STS	TS	CS	S	SS		
1	Merek Motor Yamaha dikenal secara nasional maupun internasional.	0	0	5	30	65	4,60	4,48 - 4,72
2	Merek Motor Yamaha memiliki semua jenis tipe kendaraan terlengkap.	0	0	9	44	47	4,38	4,25 - 4,51
Citra Merek							4,49	4,37 - 4,61

Sumber: lampiran 7, hal 102



Berdasarkan tabel 4.8 diketahui bahwa skor rata-rata variabel citra merek adalah 4.49 yang berada pada kolom sangat setuju, maka dapat dikatakan Citra Merek Motor Yamaha sudah baik. Dengan nilai selang kepercayaan 95% berada di skor 4.37 – 4.61. Sedangkan skor rata-rata terendah adalah 4.38 yakni “Merek Motor Yamaha memiliki semua jenis tipe kendaraan terlengkap.” dan skor rata-rata tertinggi adalah 4.60 yakni “Merek Motor Yamaha dikenal secara nasional maupun internasional.”.

**Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Layanan**

**Tabel 4. 9**  
**Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Layanan**

No	Pertanyaan / Variabel	Nilai Frekuensi					Rata - rata	Selang Kepercayaan 95%
		STS	TS	CS	S	SS		
1	Merek Motor Yamaha memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang dijanjikan	0	0	8	50	42	4,34	4,22 - 4,46

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
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.

Hak Cipta milik IBIKKG (Institute of Business and Informatics Kwik Kian Gie)



2	Merek Motor Yamaha memberikan pelayanan yang baik secara konsisten	0	1	9	46	44	4,33	4,19 - 4,47
3	Merek Motor Yamaha memberikan pelayanan terhadap konsumen dengan tepat waktu sesuai dengan estimasi yang diberikan	0	1	12	51	36	4,22	4,08 - 4,36
	Pelayanan <i>Customer Service</i> Merek Motor Yamaha memproses permintaan saya dengan cepat	0	2	14	37	47	4,29	4,13 - 4,45
	<i>Customer Service</i> Merek Motor Yamaha selalu siap untuk menanggapi permintaan saya	0	2	10	44	44	4,30	4,15 - 4,45
	Perilaku <i>Customer Service</i> Merek Motor Yamaha menumbuhkan kepercayaan pada konsumen	0	0	10	43	47	4,37	4,24 - 4,50
7	Saya merasa aman saat bertransaksi di Merek Motor Yamaha	0	0	7	32	61	4,54	4,42 - 4,66
8	<i>Customer Service</i> Merek Motor Yamaha selalu berperilaku sopan dalam memberikan pelayanan terbaik	0	0	7	43	50	4,43	4,31 - 4,55
9	<i>Customer Service</i> Merek Motor Yamaha memiliki pengetahuan yang luas untuk menjawab pertanyaan konsumen.	0	0	13	36	51	4,38	4,24 - 4,52
10	<i>Customer Service</i> Merek Motor Yamaha memberikan perhatian secara individual kepada saya.	2	1	15	46	36	4,13	3,96 - 4,30
11	<i>Customer Service</i> Merek Motor Yamaha memperlakukan konsumen dengan penuh kepedulian	0	1	7	53	39	4,30	4,17 - 4,43
12	Waktu operasional 8 sampai 9 jam dan buka setiap hari dari Pelayanan Merek Motor Yamaha memudahkan saya bertransaksi	0	1	11	34	54	4,41	4,27 - 4,55
13	Merek Motor Yamaha memiliki teknologi modern dan peralatan bengkel yang canggih yang memudahkan proses pelayanan konsumen	0	1	8	43	48	4,38	4,25 - 4,51

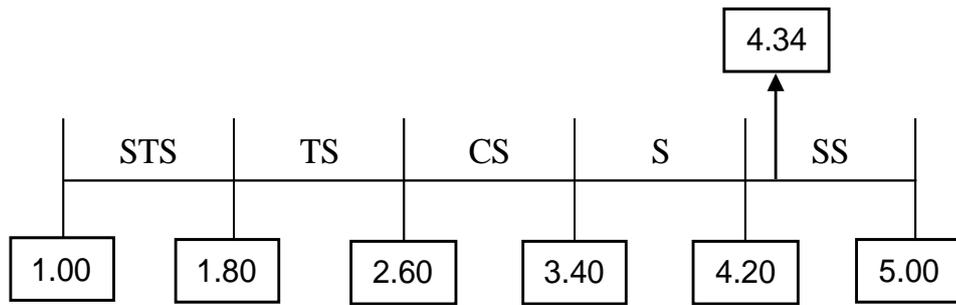
1. Ditarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



14	Karyawan Merek Motor Yamaha bernampilan rapi dan profesional	0	1	7	44	48	4,39	4,26 - 4,52
15	Merek Motor Yamaha selalu memprestasikan produk dan layanan service kepada konsumen	0	0	13	38	49	4,36	4,22 - 4,50
Kualitas Layanan							4,34	4,21 - 4,48

Sumber: lampiran 7, hal 104



Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa skor rata-rata variabel kualitas layanan adalah 4.34 yang berada pada kolom sangat setuju, maka dapat dikatakan Kualitas layanan sudah baik. Dengan selang kepercayaan 95% berada di skor 4.21 – 4.48. Sedangkan skor rata-rata terendah adalah 4.13 yakni “Customer Service Merek Motor Yamaha memberikan perhatian secara individual kepada saya.” dan skor rata-rata tertinggi adalah 4.54 yakni “Saya merasa aman saat bertransaksi di Merek Motor Yamaha.”.

### Analisis Variabel Keputusan Pembelian

**Tabel 4. 10**  
**Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian**

No	Pertanyaan / Variabel	Nilai Frekuensi					Rata-rata	Selang kepercayaan 95%
		STS	TS	CS	S	SS		
1	Saya merasa bahwa Merek Motor Yamaha memberikan keunggulan-keunggulan produknya	0	0	6	46	48	4,42	4,30 - 4,54
2	Saya merasa bahwa Merek Motor Yamaha memberikan manfaat yang positif untuk aktifitas sehari hari	0	1	8	46	45	4,35	4,22 - 4,48
3	Saya merasa bahwa Merek Motor Yamaha memudahkan konsumen dalam pemilihan tipe kendaraan yang disukai	0	0	7	51	42	4,35	4,23 - 4,47
4	Saya merasa bahwa merek Merek Motor Yamaha memberikan daya tarik karena mempunyai citra merek yang terkenal	0	0	4	43	53	4,49	4,38 - 4,60

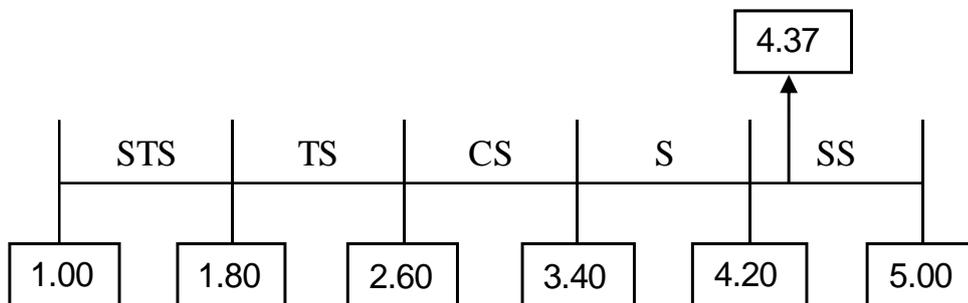
1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang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

Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



5	Saya memilih kendaraan Merek Motor Yamaha karena saya telah terbiasa menggunakan kendaraan dengan merek tersebut	1	1	5	40	53	4,43	4,29 - 4,57
6	Saya merasa bahwa Merek Motor Yamaha memberikan kualitas produk yang sesuai dengan manfaat yang dirasakan	0	0	8	45	47	4,39	4,26 - 4,52
	Saya merasa bahwa Merek Motor Yamaha memberikan pelayanan yang baik	0	0	7	41	52	4,45	4,33 - 4,57
	Saya merasa bahwa Merek Motor Yamaha memiliki kemudahan untuk mendapati setiap produk dan pelayanan <i>service</i> nya	0	0	6	48	46	4,40	4,28 - 4,52
	Saya dapat memesan produk di Merek Motor Yamaha kapan saja disaat saya membutuhkan	0	3	10	38	49	4,33	4,18 - 4,48
10	Saya akan memesan produk Merek Motor Yamaha lebih dari satu	3	3	13	40	41	4,13	3,94 - 4,32
Keputusan Pembelian							4,37	4,24 - 4,51

Sumber: lampiran 7, hal 105



Berdasarkan tabel 4.10 diketahui bahwa skor rata-rata variabel Keputusan Pembelian adalah 4.37 yang berada pada kolom sangat setuju yang maka dapat dikatakan Keputusan Pembelian sudah baik. Dengan selang kepercayaan di skor 4.24 – 4.51. Sedangkan skor rata-rata terendah adalah 4.13 yakni “Saya akan memesan produk Merek Motor Yamaha lebih dari satu.” dan skor rata-rata tertinggi adalah 4.49 yakni “Saya merasa bahwa merek Merek Motor Yamaha memberikan daya tarik karena mempunyai citra merek yang terkenal.”



**Hasil Penelitian**

**Uji Normalitas**

**Tabel 4. 11**  
**Hasil Uji Normalitas**

Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
0.200	Data residual berdistribusi normal

Sumber : lampiran 8 , hal 106

Berdasarkan tabel 4.11 diatas dinyatakan bahwa uji normalitas diketahui nilai signifikan atau Asymp. Sig. (2-Tailed)  $0.200 > 0.05$  , Maka dapat dikatakan bahwa nilai data memiliki nilai residual berdistribusi normal.

**Uji Heteroskedastisitas**

**Tabel 4. 12**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Sig.	Kesimpulan
Citra Merek	0.976	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kualitas Layanan	0.976	

Sumber : lampiran 8, hal 106

Berdasarkan data pada tabel 4.12, hasil heteroskedastisitas dapat dilihat pada Sig. yaitu sebesar 0.976 untuk variabel Citra Merek, 0.976 untuk variabel kualitas layanan . Maka hasil dari uji heteroskedastisitas lebih besar dari nilai ( $\alpha$ ) 0.05 dan dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

**Uji Multikolinearitas**

**Tabel 4. 13**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	VIF	Keterangan
Citra Merek	1.447	tidak terjadi multilinearitas
Kualitas Layanan	1.447	

Sumber : lampiran 8, hal 107

Berdasarkan data pada tabel 4.13 diatas, pada nilai VIF untuk variabel diatas tidak lebih dari nilai  $\leq 10$  , yaitu citra merek 1.447 , kualitas layanan 1.447. Maka dapat dikatakan bahwa pengaruh citra merek kualitas layanan terhadap keputusan pembelian tidak terjadi gejala multikolinearitas.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



**Uji Kesesuaian Model (Uji Statistik F) dan Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

**Tabel 4. 14**  
**Uji Kesesuaian Model (Uji Statistik F) dan Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Sig.	$R^2$
0,000	0.760

Sumber : Lampiran 8, hal 107

Berdasarkan perolehan nilai pada tabel 4.14 diatas, hasil dapat dikatakan bahwa nilai sig.F (0,000)  $\alpha$  (0.05) sehingga model signifikan dan dapat digunakan dalam penelitian ini. Dan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.760 maka dapat dikatakan bahwa nilai dari variabel Keputusan Pembelian yang dapat dijelaskan oleh variabel Citra Merek , kualitas layanan, sebesar 76.0% dan sisanya 24.0% dijelaskan, variabel dan faktor lainnya tidak termasuk dalam persamaan regresi dalam model penelitian ini.

**Uji Koefisien Regresi (Uji Statistik t)**

**Tabel 4. 15**  
**Uji Koefisien Regresi (Uji Statistik t)**

Variabel	Koefisien Regresi	Koefisien Regresi Baku	Sig. (1 -tailed)
Citra Merek	0.165	0,178	0.002
Kualitas Pelayan	0.778	0,760	0.000

Sumber : Lampiran 8, hal 108

**1. Pengujian Hipotesis Pertama H1**

Diketahui nilai sig.(1-tailed) ada di (0.002)  $<$  alpha (0,05). yang berarti tolak  $H_0$  dan nilai koefisien regresi 0.165 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

**2. Pengujian Hipotesis Kedua H2**

Diketahui nilai sig.(1-tailed) ada di (0.000)  $<$  alpha (0,05) Yang berarti tolak  $H_0$  , dan nilai koefisien regresi 0.778 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan nilai Koefisien Regresi Baku dan Citra Merek dan Kualitas Layanan dapat dikatakan Kualitas Layanan berpengaruh paling kuat terhadap Keputusan pembelian.

**Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka terdapat beberapa pembahasan dari peneliti sebagai berikut :

**1. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian motor Yamaha.**

Diketahui bahwa variabel Citra Merek ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ). Menurut Meliantari (2023 : 136) Citra adalah terbentuk melalui tahap yang terjadi pada proses persepsi, dilanjutkan pada tahap keterlibatan konsumen. Maka Definisi Citra merek adalah merupakan persepsi mengenai merek di pikiran konsumen yang membentuk kepercayaan konsumen maupun konsumen terhadap suatu perusahaan. Menurut Firmansyah (2019 : 60) Citra Merek adalah sebagai suatu persepsi yang muncul dibenak konsumen setelah mengingat suatu merek produk dipilih dan citra merek memiliki sifat ekstrinsik produk atau layanan, termasuk cara-cara di mana usaha suatu merek untuk memenuhi kebutuhan psikologis

© Hak cipta milik IBI Kian Gie. Tidak diperbolehkan untuk menyalin, mendistribusikan, atau melakukan tindakan lain yang melanggar hak cipta tanpa izin IBIKKG.

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.



atau sosialisasi Konsumen.( Keller, 2020 : 113). Hal ini dilakukan sesuai dengan hasil penelitian Firmansyah (2019 : 67)

## 2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian motor Yamaha.

Diketahui bahwa variabel Kualitas Layanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Menurut Kotler, Keller dan Chernev (2022 : 448) Dalam pengertian kualitas, kualitas merupakan totalitas fitur dan karakteristik suatu produk atau layanan yang digunakan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan tersurat atau tersirat. Menurut Halim et al. (2021 : 4) Suatu produk yang dibuat atau diproduksi untuk kebutuhan sekelompok orang dan produk dapat berwujud seperti barang dan tidak berwujud atau layanan (jasa) Sehingga Kualitas layanan terfokus mencerminkan pandangan Konsumen tentang keandalan, jaminan, daya tanggap, empati, dan hal-hal nyata. (Zeithamal et al., 2018 : 79). Hal ini dilakukan sesuai dengan hasil penelitian menurut dalam Kotler, Keller & Chernev (2022 : 227),

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan hasil penelitian yang telah di bahas, maka dapat disimpulkan bahwa

1. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian motor yamaha di PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing. dengan kata lain Citra Merek berperan penting dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian.

2. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian motor yamaha di PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing. dengan kata lain Kualitas Layanan berperan penting dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek, dan Kualitas Layanan telah terbukti memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian, dan berdasarkan nilai koefisien regresi 0,760 Kualitas Layanan berpengaruh lebih kuat, sehingga semua hipotesis dapat diterima.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Citra Merek, dan Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Motor Yamaha di PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan serta hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti pada bab IV, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

#### 1. Bagi Perusahaan

Perusahaan PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing lebih memperhatikan indikator dari Citra Merek mengenai Kekuatan asosiasi merek ( Strenght of brand association ), dengan skor rata-rata terendah adalah 4.38 yakni “Merek Motor Yamaha memiliki semua jenis tipe kendaraan terlengkap.”. dengan memiliki Citra Merek terbaik dan berkesan bagi konsumen ,maka penting bagi Perusahaan membuat kendaraan unik dan lengkap lebih banyak agar konsumen membuat Keputusan Pembelian lebih banyak dengan produk yang dipilih.

Kualitas Layanan motor Yamaha juga perlu diperhatikan agar memiliki kualitas layanan yang baik. Pemimpin Perusahaan dan Manajemen setiap dealer disarankan untuk meningkatkan Empati dalam memperhatikan layanan Customers Service kepada setiap individual konsumen karena skor rata-rata terendah adalah 4.13 yakni “Customer Service Merek Motor Yamaha memberikan perhatian secara individual kepada saya.”. Oleh karena itu perusahaan harus lebih memberikan kesan baik pada konsumen motor Yamaha sehingga Keputusan Pembelian konsumen menjadi lebih baik.

Keputusan Pembelian konsumen terhadap motor Yamaha di PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing juga sangat penting, maka Pemimpin dan Manajemen untuk membangun Keputusan pembelian lebih baik dengan Perusahaan dengan memberikan Citra Merek dan Kualitas layanan yang baik .Perusahaan juga harus memperhatikan skor keputusan pembelian dikarenakan skor rata-rata terendah adalah 4.13 yakni “Saya akan memesan produk Merek Motor Yamaha lebih dari satu” sehingga Perusahaan harus memperbaiki Citra Merek dan Kualitas Layanan setiap penjualan produknya. Keputusan pembelian itulah yang akan menjadi keuntungan bagi PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing. Karena jika konusmen merasa puas maka konsumen akan

memberikan rekomendasi terhadap teman/relasi/keluarga jika ingin membeli sebuah motor sebagai produk dibeli. Memanfaatkan skor-skor kecil pada indikator Citra Merek, kualitas layanan dan keputusan pembelian dengan begitu maka perusahaan PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing bisa terus bersaing dengan kompetitor, dan terus berinovasi memberikan yang terbaik setiap produk yang akan datang.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya.

Dalam penelitian ini ada baiknya dilakukan penelitian lanjutan dengan menggunakan indikator variabel penelitian Citra Merek lebih luas dan terperinci. dan baiknya penelitian selanjutnya perlu dilakukan dengan mengubah atau memperluas lokasi yang lebih terperinci. Menggunakan variabel lain lebih banyak, Contohnya seperti Kepuasan Konsumen, Promosi, Harga, dan sebagainya. penelitian ini juga memiliki keterbasan dalam subjek penelitian, yaitu Konsumen yang membeli atau pernah memakai Motor Yamaha. Ada baiknya apabila penelitian selanjutnya dapat menggunakan subjek penelitian yang lebih luas.



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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## DAFTAR PUSTAKA

- Archarya Et Al. (2013) , *Sampling: Why and How of it?*, Indian Journal of Medical Specialities.
- Dion Marcellino, (2022), *Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Traveloka di Jakarta*. Di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta.
- Firmansyah, M. Anang. (2019) : *Pemasaran Produk dan Merek ( Planning & Strategy)*, Surabaya : CV. Penerbit Qiara Media.
- Halim et al. (2021) : *Manajemen Pemasaran Jasa*, Yayasan Kita Menulis.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9)*. Cetakan ke IX . Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Joseph F. Hair Jr, William C. Black, Barry J. Babin, Rolph E. Anderson (2019) , *Multivariate Data Analysis, 8th*. Cengage Learning EMEA.
- Keller Kevin Lane. (2020) : *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity, 5th edition*, adaptation by Pearson Education.
- Kotler Keller and Chernev. (2022) : *Marketing Management, 16th edition adaptation*, by Pearson Education.
- Mariana et al., (2021), *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Cincin Station Ciputra World Surabaya*. Di Ubhara Surabaya.
- Meliantari, Dian (2023) : *Produk dan Merek*, Eureka Media Aksara.
- Nalendraswati, Ariska Ayuningstias (2016), *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap minat beli Sepeda Motor honda*. Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Kotler & Armstrong. (2020) : *Principles of Marketing, 8th adaption Edition*, published by Pearson Education Ltd.
- Sugiharto & Darmawan, (2021), *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Janji Jiwa Coffee Citra Raya*. Di Universitas Esa Unggul.
- Jasmalinda. (2021): *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha di kabupaten Padang Pariman*. Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, STIE Perdagangan.
- R. Cooper, D., & S. Schindler, P. (2017). *Business research methods, 12 Edition*. ublished by McGraw-Hill/Irwin
- Widokarti, J. R., & Priansa, D. J. (2019). *Konsumen, Pemasaran, dan. Komunikasi Kontempore*, Bandung : CV Pustaka Setia.



Zeithaml, V. A., Bitner, M. jo, & D, G. D. (2018). *Services Marketing. In Dictionary of Marketing Communications (Seventh Ed)*. McGraw-Hil Education

Website :

Indomoto.com 2019, Data Penjualan Sepeda Motor Indonesia, diakses tanggal 15 April 2023<https://indomoto.com/22179/data-penjualan-sepeda-motor-indonesia-2019>

Iwanbanaran.com 2021, Penjualan Motor 2020 Honda Anjlok 39,6 Persen Yamaha 55,7 Persen, diakses tanggal 15 April 2023<https://indomoto.com/22179/data-penjualan-sepeda-motor-indonesia-2019>

Oto.com 2023, Dealer Motor Yamaha di Indonesia, diakses tanggal 9 April 2023<https://www.oto.com/motor-baru/yamaha/dealer>

Oto.detik.com 2023, Honda Dihantam Isu Rangka, Calon Pembeli Pindah ke Yamaha?, diakses 13 Maret 2024<https://oto.detik.com/motor/d-6907883/honda-dihantam-isu-rangka-calon-pembeli-pindah-ke-yamaha>.

warungasep.net 2023, Data Aisi Oktober 2023 beberapa penjualan pasca viral kasus esaf, diakses 15 november 2023<https://warungasep.net/2023/11/10/data-aisi-oktober-2023-berapa-penjualan-honda-pasca-viral-kasus-esaf/>

Yamaha motor Indonesia, 2023, Kando Mission Company, diakses tanggal 7 April 2023<https://yamaha-motor.co.id/corporate/about/#Mission>

Yamaha motor Indonesia, 2023, Brand Slogan, diakses tanggal 7 April 2023<https://yamaha-motor.co.id/corporate/about/#Slogan>

Yamaha motor Indonesia, 2023, Our Stories, diakses tanggal 7 April 2023<https://yamaha-motor.co.id/corporate/about/#History>

Yamaha motor Indonesia, 2023, Yamaha Motor Indonesia Factory, diakses tanggal 7 April 2023<https://yamaha-motor.co.id/corporate/about/#Factory>

Hak Cipta dilindungi undang-undang  
1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian 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.

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

**PERSETUJUAN RESUME  
KARYA AKHIR MAHASISWA**

Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I :

Champion

N.I.M :

21199098

Tanggal Sidang :

5 Maret 2024

Judul Karya Akhir :

Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap  
Keputusan Pembelian konsumen Motor Yamaha di  
PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing

Jakarta, / 5 / Maret 2024

Mahasiswa / I

Champion

Pembimbing

(Ir. Tumpu J. R. Situngkir, M.M.)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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

a. Pengutipan hanya untuk keperluan studi, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan satu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

