

**PENGARUH DESAIN PRODUK, DAYA TARIK
IKLAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA
PCX**

(Studi Pada Honda PCX Club Jakarta)

SKRIPSI

AFRINDO LAOLY PRATIWI SIRAIT

21170000424



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN SEKOLAH
TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

JAKARTA

2021

**PENGARUH DESAIN PRODUK, DAYA TARIK
IKLAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA
PCX
(Studi Pada Honda PCX Club Jakarta)**

SKRIPSI

AFRINDO LAOLY PRATIWI SIRAIT

21170000424



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN
PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH DESAIN PRODUK, DAYA TARIK
IKLAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA
PCX
(Studi Pada Honda PCX Club Jakarta)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan di Perguruan Tinggi Lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 10 Agustus 2021



AFRINDO LAOLY PRATIWI SIRAIT

NPM 21170000424

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

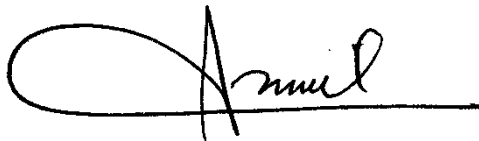
**PENGARUH DESAIN PRODUK, DAYA TARIK
IKLAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA
PCX
(Studi Pada Honda PCX Club Jakarta)**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M.) di program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Drs. Sumitro., M.Sc dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen , serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI)

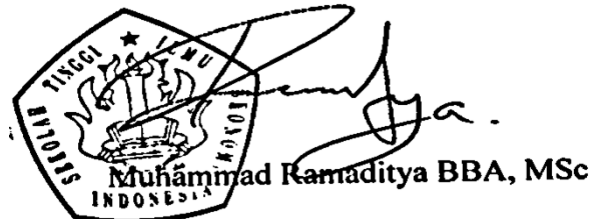
Jakarta, 10 Agustus 2021

Pembimbing,

Kepala Prodi S-1 Manajemen



Drs. Sumitro., M.Sc



Muhammad Ramaditya BBA, MSc

Muhammad Ramaditya BBA, MSc

HALAMAN PENGESAHAN



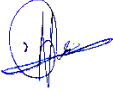
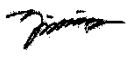
Skripsi dengan judul :

PENGARUH DESAIN PRODUK, DAYA TARIK IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PCX

(Studi Pada Honda PCX Club Jakarta)

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) pada tanggal 2021 dengan nilai

Panitia Ujian Skripsi

1. : Muhammad Ramaditya, BBA., MSc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2. : Drs. Sumitro., M.Sc
(Pembimbing)
3. : Joko Bagio Santoso, SE, MM
(Penguji I)
4. : Ir. Ginanjar Syamsuar, ME
(Penguji II)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan bimbingan-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya ilmiah yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Drs. Sumitro., M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Ir. Ginanjar Syamsuar, ME dan Bapak Joko Bagio Santoso, SE, MM selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, MSc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
4. Bapak Muhammad Ramaditya BBA, MSc Selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Segenap dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), atas ilmu yang diberikan serta bimbingannya selama melaksanakan studi.
6. Bapak Moh. Rahmat BSc.F.SP dan Ferdiansyah Boy atas waktu dan kesabaran yang telah diberikan untuk berdiskusi.
7. Pihak komunitas motor Honda PCX club Jakarta yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.
8. Orang tua dan keluarga peneliti yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, dan
9. Sahabatku Riri, Aya, Hafsah, Intan, Bagus, Maria, Raden, Septi, dan semua yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang selalu ada memberikan dukungan serta doa sehingga peneliti dapat menyelesaikannya karya ilmiah ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan/ kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 10 Agustus 2021



AFRINDO LAOLY PRATIWI SRAIT

NPM 21170000424

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : AFRINDO LAOLY PRATIWI SIRAIT

NPM : 21170000424

Program Studi : S-1 MANAJEMEN

Jenis Karya : SKRIPSI

emi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilih Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 10 Agustus 2021

Yang menyatakan,



AFRINDO LAOLY PRATIWI SIRAIT

Afrindo Laoly Pratiwi Sirait 21170000424 Program Studi S-1 Manajemen	Dosen Pembimbing ; Drs. Sumitro., M.Sc
PENGARUH DESAIN PRODUK, DAYA TARIK IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PCX (Studi Pada Honda PCX Club Jakarta)	
ABSTRAK	
<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh desain produk, daya tarik iklan dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda PCX pada Honda PCX Club Jakarta.</p> <p>Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan strategi penelitian yang bersifat asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota komunitas motor pada Honda PCX Club Jakarta. Metode pengumpulan data melalui kuesioner yang diukur menggunakan skala likert. Pengambilan sampel menggunakan rumus Yamane dalam Sugiyono. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode <i>probability sampling</i>. Analisis statistik data menggunakan koefisien determinasi (parsial dan berganda) dan uji hipotesis (parsial dan simultan) dengan menggunakan program SPSS ver 26.00.</p> <p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel desain produk, dan citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda PCX pada salah satu komunitas motor Honda PCX Club Jakarta, sedangkan variabel daya tarik iklan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda PCX di komunitas motor Honda PCX Club Jakarta.</p>	
<p><i>Kata Kunci : Desain Produk, Daya Tarik Iklan, Citra Merek, Keputusan Pembelian</i></p>	

Afrindo Laoly Pratiwi Sirait

Supervisor:

21170000424

Drs. Sumitro., M.Sc

S1 Management Study Program

**INFLUENCE OF PRODUCT DESIGN, ADVERTISEMENT OF
ADVERTISING AND BRAND IMAGE ON THE PURCHASE
DECISION OF HONDA PCX MOTORCYCLE**

(Study on Honda PCX Club Jakarta)

ABSTRACT

This research aims to find out the influence of product design, advertising appeal and brand image on the decision to purchase Honda PCX motorcycles at Honda PCX Club Jakarta.

The research method used in this research is quantitative by using research strategies that are associative. The population in this study was a member of the motorcycle community at Honda PCX Club Jakarta. The method of collecting data through questionnaires is measured using the likert scale. Sampling uses Yamane formula in Sugiyono. Sampling techniques using probability sampling methods. Statistical analysis of data uses coefficients of determination (partial and multiple) and hypothesis tests (partial and simultaneous) using the SPSS ver 26.00 program.

The results showed that product design variables, and brand image positively and significantly affected the decision to purchase Honda PCX motorcycles in one of the Honda PCX Club Jakarta motorcycle community, while the ad attractiveness variable had no significant effect on the decision to purchase Honda PCX motorcycles in the Honda PCX Club Jakarta motorcycle community.

Keywords: Product Design, Advertising Attractiveness, Brand Image, Purchase Decision

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	ixii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Perumusan Masalah	10
1.3.Tujuan Penelitian	11
1.4.Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1. Review Hasil Penelitan Terdahulu.....	13
2.2. Landasan Teori.....	17
2.2.1. Pemasaran	17
2.2.2. Manajemen Pemasaran	19
2.2.3. Desain Produk.....	22
2.2.4. Daya Tarik Iklan	26
2.2.5. Citra Merek	29
2.2.6. Keputusan Pembelian	33
2.3 Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	38
2.3.1. Pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian	38
2.3.2. Pengaruh daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian.....	40
2.3.3. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.....	40

2.4. Pengembangan Hipotesis	41
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian	41
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1. Strategi Penelitian	43
3.2. Populasi dan Sample	43
3.2.1. Populasi Penelitian.....	43
3.2.2. Sampel Penelitian	44
3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data.....	45
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	47
3.5. Metode dan Analisis Data	51
3.5.1. Proses Analisis Data	52
3.5.2. Uji Instrumen Penelitian/Uji Kualitas Data	52
3.6. Analisis Statistik Data	54
3.6.1. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	54
3.7. Pengujian Hipotesis.....	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	59
4.2. Deskripsi Responden.....	60
4.3. Deskripsi Data.....	64
4.4. Metode Analisis Data.....	67
4.4.1. Uji Validitas	67
4.4.2. Uji Reliabilitas	70
4.5. Analisis Statistik Data	72
4.5.1. Koefisien Determinasi Parsial	72
4.5.2. Koefisien Determinasi Berganda	75
4.5.3. Pengujian Hipotesis	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1. Kesimpulan	80
5.2. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN-LAMPIRAN	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data penjualan sepeda motor di Indonesia	4
Tabel 1.2. Distribusi Penjualan Motor	5
Tabel 1.3. Top Brand Index Kategori Otomotif.....	7
Tabel 3.1. Penilaian Skor Untuk Jawaban Kuesioner	46
Tabel 3.2. Indikator Variabel Penelitian	49
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	62
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Bergabung	63
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	64
Tabel 4.6. Uji Validitas Desain Produk	68
Tabel 4.7. Uji Validitas Daya Tarik Iklan	69
Tabel 4.8. Uji Validitas Citra Merek	69
Tabel 4.9. Uji Validitas Keputusan Pembelian	70
Tabel 4.10. Uji Reliabilitas	71
Tabel 4.11. Analisis Koefisien Determinasi Parsial.....	72
Tabel 4.12. Analisis Koefisien Determinasi Berganda	75
Tabel 4.13. Uji Hipotesis Parsial	76
Tabel 4.15. Uji Hipotesis Simultan.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Perkembangan Sepeda Motor di Indonesia	2
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	42
Gambar 4.1. Diagram <i>Skala Likert</i> Desain Produk	65
Gambar 4.2. Diagram <i>Skala Likert</i> Daya Tarik Iklan	66
Gambar 4.3. Diagram <i>Skala Likert</i> Citra Merek	66
Gambar 4.4. Diagram <i>Skala Likert</i> Keputusan Pembelian	67
Gambar 4.5. Hasil Pengolahan data	76