

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VESPA PIAGGIO DI  
YOGYAKARTA  
SKRIPSI**

**Diajukan guna memenuhi persyaratan  
untuk memperoleh derajat Sarjana  
Program Studi Manajemen**



**ALTRI JELA KUSMITASARI**

**No.Mhs. 111701007**

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN  
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA  
YOGYAKARTA**

**2021**

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK**  
**TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VESPA PIAGGIO DI**  
**YOGYAKARTA**

Diajukan oleh:

Altri Jela Kusmitasari

No. Mhs. 111701007

Yogyakarta, 29 Juni 2021

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'R. Hartanti', with a horizontal line underneath.

Dra. Retno Hartanti, M.B.A

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VESPA PIAGGIO DI  
YOGYAKARTA**

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji  
Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta  
tanggal: \_\_\_\_\_

yang terdiri atas:

Ketua



Dra. Sri Rejeki Ekasasi, M.B.A

Anggota



Dra. Retno Hartanti, M.B.A

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Vespa Piaggio di Yogyakarta” dan diajukan pada tanggal Maret 2021 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat secara keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis lainnya.

Apabila saya melakukan hal di atas baik sengaja atau tidak sengaja, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta batal saya terima.

Yogyakarta, 29 Juni 2021  
Yang Memberi Pernyataan



Altri Jela Kusmitasari

Saksi 1

Sebagai pembimbing skripsi  
Merangkap anggota tim penguji skripsi

Dra. Retno Hartanti, M.B.A

Saksi 2

Sebagai ketua penguji skripsi

Dra. Sri Rejeki Ekasasi, M.B.A

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya yang telah memberikan segala yang saya butuh kan baik itu dari kasih sayang dukungan dan materi untuk menyelesaikan skripsi ini.

## **HALAMAN MOTTO**

Maka Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.

( Q.S Al Insyira : 5 )

Jika kamu ingin hidup bahagia, Terikatlah pada tujuan, bukan orang atau benda.

(ALBERT EINSTEIN)

Sukses adalah saat persiapan dan kesempatan bertemu

(Bobby Unser)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang Maha Kuasa yang telah memberikan ridho, rahmat serta petunjuk sehingga penulis diberi kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulisan skripsi ini guna memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai Gelar Sarjana Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta. Adapun judul dari skripsi ini adalah: **“PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VESPA PIAGGIO DI YOGYAKARTA”**

Penulis memahami tanpa bantuan, doa dan bimbingan dari semua orang akan sangat sulit untuk menyelesaikan skripsi ini. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas dukungan dan kontribusi kepada:

1. Dr.Suparmono, M.Si selaku Ketua SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN YKPN YOGYAKARTA.
2. Dosen pembimbing, Ibu Dra. Retno Hartati, M.B.A. yang telah membimbing, mendampingi serta meluangkan waktu dan memberikan dukungan kepada penulis.
3. Terkhusus dan paling spesial untuk kedua orang tuaku Bapak Asmeri Dianto, Ibu Lismi Hartuti Terima kasih untuk dorongan dan semangatnya baik dukungan serta kasih sayang yang selalu diberikan kepadaku semoga apa yang aku persembahkan ini bisa membuat Bapak Ibu bangga padaku.

4. Untuk kedua adikku Ingah Wenti dan Dodo Almeira dan seluruh keluarga yang selalu mendo'akan, mendampingi dan memotivasi penulis dalam menyusun Skripsi.
5. Seseorang yang selalu mengajarku untuk menyikapi proses hidup dengan kesabaran.
6. Semua pihak yang telah membantuku dan telah mensupport penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Yogyakarta, 29 Juni 2021

Penulis

Altri Jela Kusmitasari



## ABSTRAK

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk, seperti citra merek, promosi dan kualitas produk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Vespa Piaggio di Yogyakarta. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah citra merek, promosi, dan kualitas produk, sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli Vespa Piaggio di Yogyakarta. Pengambilan Sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 100 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan dengan *google form*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, yang diproses menggunakan SPSS versi 22.0. Hasil penelitian menunjukkan citra merek (X1) dan Promosi (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan kualitas produk (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Citra Merek, Promosi, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*Many factors can influence consumer purchasing decisions for a product, such as brand image, promotion and product quality. The purpose of this study was to determine the effect of brand image, promotion, and product quality on purchasing decisions for Vespa Piaggio in Yogyakarta. The independent variables in this study are brand image, promotion, and product quality, while the dependent variable is the purchase decision. The population in this study are all consumers who buy Vespa Piaggio in Yogyakarta. Sampling using non probability sampling technique with purposive sampling method. The number of samples used in this study was 100 respondents. The data collection technique is done by using a questionnaire distributed with google form. The analysis technique used in this research is multiple linear regression, which is processed using SPSS version 22.0. The results showed that brand image (X1) and promotion (X2) had no significant effect on purchasing decisions. Meanwhile, product quality (X3) has a significant positive effect on purchasing decisions.*

*Keywords: Brand Image, Promotion, Product Quality, Purchase Decision*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAK .....	ix
ABSTRACT .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian .....	6
E. Manfaat Penelitian .....	6
BAB II LANDASAN TEORI DAN PERUMUSAN MASALAH	
A. Landasan Teori.....	8
1. Citra Merek .....	8
a. Definisi Citra Merek .....	8
b. Komponen Citra Merek .....	9
c. Indikator Citra Merek .....	11
2. Promosi .....	12
a. Definisi Promosi .....	12
b. Komponen Promosi .....	14
c. Indikator Promosi .....	15

d. Tujuan Promosi .....	16
3. Kualitas Produk .....	17
a. Definisi Kualitas Produk .....	17
b. Komponen-Komponen Kualitas Produk .....	18
c. Indikator Kualitas Produk .....	29
4. Keputusan Pembelian .....	20
a. Definisi Keputusan Pembelian .....	20
b. Proses Keputusan Pembelian .....	21
c. Indikator Keputusan Pembelian .....	22
B. Penelitian Terdahulu .....	23
C. Kerangka Penelitian .....	25
D. Perumusan Hipotesis .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Definisi Konsep .....	27
B. Definisi Operasional .....	27
C. Jenis Penelitian .....	29
D. Sumber Data .....	29
E. Populasi dan Sampel .....	30
F. Metode Pengumpulan Data .....	31
G. Uji Instrumen Data .....	32
1. Uji Validitas .....	32
2. Uji Reliabilitas .....	33
H. Metode Analisis Data .....	33
1. Uji Normalitas .....	33
2. Uji Asumsi Klasik .....	34
a. Uji Multikolinieritas .....	34
b. Uji Heteroskedastisitas .....	35
3. Uji Regresi Linier Berganda .....	36
4. Uji Hipotesis .....	37
a. Uji t .....	37
b. Uji F .....	37

<b>BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN ANALISA DATA</b>	
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	39
B. Visi dan Misi Perusahaan .....	41
C. Analisis Penelitian .....	41
D. Karakteristik Responden .....	42
1. Jenis Kelamin Responden .....	42
2. Umur Responden .....	42
3. Profesi Responden .....	43
E. Uji Instrumen Penelitian .....	44
1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	44
a. Uji Validitas .....	44
b. Uji Reliabilitas .....	46
F. Analisis Data .....	49
1. Uji Normalitas .....	49
2. Uji Asumsi Klasik .....	51
a. Uji Multikolinearitas .....	51
b. Uji Heteroskedastisitas .....	53
3. Uji Regresi Berganda .....	54
4. Uji Hipotesis .....	56
a. Uji t .....	56
b. Uji F .....	57
G. Pembahasan .....	59
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	61
B. Saran .....	62
DAFTAR PUSTAKA .....	64
LAMPIRAN .....	73

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Jumlah penjualan Vespa Piaggio Tahun 2019-2020 .....	2
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Instrumen Citra Merek .....	45
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Instrumen Promosi .....	45
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Instrumen Kualitas Produk .....	45
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Pembelian .....	46
Tabel 4.5 Hasil Reliabilitas Instrumen Citra Merek .....	47
Tabel 4.6 Hasil Reliabilitas Instrumen Promosi .....	47
Tabel 4.7 Hasil Reliabilitas Instrumen Kualitas Produk.....	48
Tabel 4.8 Hasil Reliabilitas Instrumen Keputusan Pembelian.....	49
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas .....	52
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Berganda .....	54
Tabel 4.12 Hasil Uji t .....	56
Tabel 4.13 Hasil Uji F .....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	26
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Umur .....	43
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Profesi .....	44
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas .....	50
Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	53

## DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian .....	74
Tabulasi Data Citra Merek .....	80
Tabulasi Data Promosi .....	84
Tabulasi Data Kualitas Produk .....	87
Tabulasi Data Keputusan Pembelian .....	92
Hasil Uji Validitas Citra Merek .....	96
Hasil Uji Validitas Promosi .....	97
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	98
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	99
Hasil Uji Reliabilitas .....	100
Hasil Uji Normalitas .....	101
Hasil Uji Multikolinieritas .....	102
Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	103
Hasil Uji regresi berganda .....	104
Hasil Uji t .....	105
Hasil Uji F .....	106
Tabel r .....	107
Tabel t .....	108
Tabel F .....	109



