PENGARUH KETERTARIKAN, GAYA HIDUP DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA SCOOPY

(Studi Kasus Pada Dealer Honda TDM Sekampung)

SKRIPSI

Disusun Oleh:

KURNIYANI

NPM. 18610123

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO

2022

PENGARUH KETERTARIKAN, GAYA HIDUP DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA SCOOPY
(Studi Kasus Pada Dealer Honda Tdm Sekampung)

SKRIPSI

Diajukan
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Program Studi Manajemen

KURNIYANI
NPM. 18610123

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2022

ABSTRAK

Kurniyani. 2022, “Pengaruh Ketertarikan, Gaya Hidup Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy (Studi Kasus Pada Dealer Honda Tdm Sekampung)”. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) Yateno, S.E., M.M. Pembimbing (2) Nina Lelawati, S.E., M.M.

Ketertarikan atau minat beli terhadap kendaraan sepeda motor Scoopy masih terbilang sedikit dikarenakan pola pikir konsumen yang lebih mengutamakan kebutuhan. Kebutuhan konsumen mengutamakan yang cukup diperlukan, maka konsumen lebih banyak membeli kendaraan sepeda motor honda sejenisnya yaitu sepeda motor honda beat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ketertarikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy, mengetahui apakah Gaya Hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy, mengetahui apakah Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy, dan mengetahui apakah Ketertarikan, Gaya Hidup dan Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy.

Metode penelitian menggunakan penelitian kuantitatif yang mengukur variabel ketertarikan, gaya hidup, citra merek, dan keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan honda scoopy yang ada di TDM Honda Motor Sekampung. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan kuisioner. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ketertarikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan berdasarkan hasil uji disimpulkan bahwa variabel independen yang terdiri dari ketertarikan, gaya hidup, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda scoopy pada dealer honda TDM Sekampung.

Kata Kunci: Ketertarikan, gaya hidup, citra merek, keputusan pembelian.

ABSTRACT

Kurniyani. 2022*, "The Influence of Interest, Lifestyle and Brand Image on Purchase Decisions for Honda Scoopy Motorcycles (Case Study at Honda Tdm Dealers Sekampung)". Faculty of Economics and Business, S1 Management Study Program, Muhammadiyah Metro University. Supervisor (1)* Yateno, S.E., M.M. *Supervisor (2)* Nina Lelawati, S.E., M.M.

There is still little interest or interest in buying Scoopy motorcycles due to the consumer's mindset that prioritizes needs. Consumer needs prioritize what is needed, so consumers buy more Honda motorcycles like the Honda Beat motorcycle. The purpose of this study was to determine whether interest has an effect on purchasing decisions for Honda Scoopy Motorcycles, to find out whether Lifestyle has an effect on purchasing decisions for Honda Scoopy Motorcycles, to determine whether Brand Image has an effect on purchasing decisions of Honda Scoopy Motorcycles, and to find out whether Interests, Lifestyle and Brand Image has an effect on purchasing decisions for Honda Scoopy Motorcycles.

The research method uses quantitative research that measures the variables of interest, lifestyle, brand image, and purchasing decisions. The population in this study were Honda Scoopy customers at TDM Honda Motor Sekampung. The instrument in this study used a questionnaire. Data analysis in this study used multiple linear regression.

The results of this study can be concluded that interest has a positive and significant effect on purchasing decisions, lifestyle has a positive and significant effect on purchasing decisions, brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions, and based on the test results it is concluded that the independent variables consisting of interest, lifestyle , and brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions for Honda Scoopy motorcycles at Honda TDM Sekampung dealers.

Keywords: *Interests, lifestyle, brand image, purchasing decisions.*

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH KETERTARIKAN, GAYA HIDUP DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA SCOOPY
(Studi Kasus Pada Dealer Honda TDM Sekampung)

KURNIYANI
18610123

Telah Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I

Yateno, S.E., M.M.
NIDN. 0225046502

Dosen Pembimbing II

Nina Lelawati, S.E., M.M.
NIDN. 0212028802

Mengetahui
Kaprodi Manajemen

Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M.
NIDN. 0223027901

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH KETERTARIKAN, GAYA HIDUP DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA SCOOPY
(Studi Kasus Pada Dealer Honda TDM Sekampung)

KURNIYANI

18610123

Hari : **Jumat**

Tangga : **1 Juli 2022**

Tempat Ujian : **Ruangan Sidang FEB UM Metro**

Tim Penguji :

Yateno, S.E.,M.M. **Ketua Penguji**
NIDN. 0225046502

Nina Lelawati, S.E.,M.M. **Sekretaris**
NIDN. 0212028802

H. Suryadi, S.E., M.M. **Penguji Utama**
NIDN. 0229115901

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

H. Suwarto, S.E.,M.M.
NIDN. 0210036801

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ ٱلۡعُسۡرِ يُسۡرًا ٥ إِنَّ مَعَ ٱلۡعُسۡرِ يُسۡرًا ٦

Artinya:

6. sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan

(QS. Al-Insyirah:5-6)

Menyia-nyiakan waktu lebih buruk dari kematian. Karena kematian memisahkanmu dari dunia sementara menyia-nyiakan waktu memisahkanmu dari ALLAH.

“Meningkatkan Mutu diri adalah bagian keberhasilan”

(Penulis)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT. Saya mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Allah SWT atas segala nikmat yang telah memberikan kemudahan sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua saya, ayah handa tercinta (Satijo) dan Ibunda tercinta (Wakiyem) tanpa ada kata lelah yang selalu memberikan doa, dukungan, kasih sayang, pengertian dan segala dukungan yang telah diberikan tidak cukup jika diungkapkan dengan kata-kata dari mulai aku menginjakkan kaki dibangku sekolah sampai aku menjadi seorang sarjana manajemen.
3. Kakak-kakakku semuanya terimakasih banyak atas motivasi, kasih sayang yang diberikan dan terimakasih telah membantu aku dalam menyelesaikan skripsiku ini hingga selesai.
4. Sahabat- sahabatku satu kontrakan 24, Iza (Rizki Iza Maulana), Andre (M. Andrean Septindo), dan Ifan (Ifan Aditya). Dan serta teman-teman perkumpulan dikontrakan 24 lainya terimakasih yang telah menemaniku, memberikan semangat keceriaan dikala bosan dalam mengerjakan skripsi.
5. Almamater Universitas Muhammadiyah Metro yang tercinta.

Semoga orang yang telah berjasa sehingga skripsi ini selesai dibalas dengan pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. Aamiin

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik tanpa suatu halangan apapun. Penulis menghadapi berbagai macam kesulitan dan kendala selama penyusunan skripsi ini , namun berkat bantuan dan dukungan yang diberikan leh berbagai pihak, pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih ini kepada:

1. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd, Rektor Universitas Muhamadiyah Metro.
2. H. Suwarto, S.E., M.M. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang telah memberikan kemudahan dalam hal administratif penelitian.
3. Dr. H. Febriyanto, S.E.,M.M., ketua program studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro,
4. Yateno, S.E., M.M Dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu, memberikan saran dan pengrahan serta bimbingan dengan kesabaran hingga terselesaikan skripsi ini.
5. Nina Lelawati, S.E., M.M. Dosen Pembimbing II yang tiada lelah dan banyak meluangkan waktu untuk membantu saya menyelesaikan
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang sabar dan tulus memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Kepala Cabang TDM Sekampung yang telah memberikan izin dan kemudahan dalam penelitian
8. Dan semua pihak yang membantu menyelesaikan skripsi ini.

skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dalam berbagai aspek sehingga masih jauh dari kesempurnaan. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat diakomodir dan dapat menjadi acuan dalam penyusunan skripsi kedepan.

Metro, 27 Juni 2022
Penulis

Kurniyani
NPM. 18610123

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Kurniyani
NPM	: 18610123
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Pengaruh Ketertarikan, Gaya Hidup Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy (Studi Kasus Pada Dealer Honda Tdm Sekampung)" adalah karya saya dan bukan hasil plagiat.

Apabila dikemudian hari terdapat unsur plagiat skripsi tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik sarjana dan akan mempertanggungjawabkannya secara hukum.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

Metro, 27 Juni 2022

Yang membuat pernyataan

Kurniyani

NPM. 18610123

UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO

SURAT KETERANGAN
UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

Nomor: 2810/II.3.AU/F/UPI-UK/2022

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama	:	**KURNIYANI**
NPM	:	**18610123**
Jenis Dokumen	:	**SKRIPSI**

JUDUL:

PENGARUH KETERTARIKAN, GAYA HIDUP DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA SCOOPY (STUDI KASUS PADA DEALER HONDA TDM SEKAMPUNG)

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin.* Dokumen telah diperiksa dan dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase ≤20%. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Metro, **09 Agustus 2022**
Kepala Unit,

Dr. Arif Rahman Aththibby, M.Pd.Si.
NIDN. 0203128801

Alamat:

Jl. Ki Hajar Dewantara No.116
Iringmulyo, Kec. Metro Timur Kota Metro,
Lampung, Indonesia

Website: www.upi.ummetro.ac.id
E-mail: upi@ummetro.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**
LOGO ..... **ii**
HALAMAN JUDUL ..... **iii**
ABSTRAK ..... **iv**
ABSTRACT ..... **v**
HALAMAN PERSETUJUAN ..... **vi**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **vii**
MOTTO ..... **viii**
PERSEMBAHAN ..... **ix**
KATA PENGANTAR ..... **x**
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT ..... **xi**
SURAT KETERANGAN HASIL UJI KESAMAAN (*Similarity Check*) ..... **xii**
DAFTAR ISI ..... **xv**
DAFTAR TABEL ..... **xvi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xvii**

BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Penelitian 1
B. Identifikasi Masalah 6
C. Perumusan Masalah 6
D. Tujuan Penelitian 6
E. Manfaat Penelitian 7
F. Ruang Lingkup Penelitian 7
G. Sistematika Penulisan 7

BAB II KAJIAN LITERATUR
A. Deskripsi Teori 8
1. Manajemen Pemasaran 8
2. Keputusan Pembelian 9
3. Ketertarikan 14
4. Gaya Hidup 19
5. Citra Merek 22
B. Hasi Penelitian Relevan 27

C. Kerangka Pemikiran 29
D. Hipotesis 30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian..... 33
B. Definisi Operasional Variabel 33
C. Populasi dan Sampel..... 35
1. Populasi 35
2. Sampel 35
D. Jenis dan Sumber Data 36
a. Data Primer 36
b. Data Sekunder 38
E. Instrumen Penelitian 37
F. Teknik Analisis Data 38
1. Pengujian Prasyarat Instrumen 38
a. Uji Validitas 38
b. Uji Reliabilitas..... 38
2. Pengujian Prasyarat Analisis 38
a. Uji Normalitas..... 38
b. Uji Linieritas..... 39
3. Pengujian Hipotesis 39
a. Uji t (Parsial)..... 39
b. Uji F 40
c. Analisi Regresi Berganda 40
d. Uji R^2 Determinasi..... 41
4. Hipotesis Statistik..... 41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan..... 43
1. Sejarah Singkat Perusahaan 43
2. Visi dan Misi 43
3. Struktur Organisasi 43
4. Tugas Pokok dan Fungsi 44
B. Hasil Penelitian 44
1. Pengujian Persyaratan Instrumen 44

a. Uji Validitas 44
b. Uji Reliabilitas 45
C. Analisis Data 47
1. Pengujian Normalitas 47
2. Distribusi Frekuensi Data 52
3. Uji Linieritas 57
4. Pengujian Model Analisis 59
a. Uji t (parsial) 59
b. Uji F (Simultan) 60
c. Uji R^2 Determinasi 60
D. Pembahasan 61

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
A. Simpulan 67
B. Saran 67

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel **Halaman**

1. Penjualan 5 Besar Sepeda Motor 2
2. Data Empiris penjualan sepeda motor 3
3. Prasurvei Penjualan Sepeda Motor Scoopy 4
4. Ringkasan Penelitian Relevan 27
5. Operasional Variabel dan Kisi-kisi Instrumen 32
6. Kisi-kisi Instrumen..... 34
7. Ketentuan Skor 37
8. Reliabilitas Kuisieoner Ketertarikan 45
9. Reliabilitas Kuisieoner Gaya Hidup 46
10. Reliabilitas Kuisieoner Citra Merek 46
11. Reliabilitas Kuisieoner Keputusan Pembelian 46
12. Data Statistik Skor Kesejahteraan Masyarakat 45
13. Uji Normalitas Skor Ketertarikan 46
14. Uji Normalitas Skor Gaya Hidup..... 47
15. Uji Normalitas Skor Citra Merek 48
16. Uji Normalitas Skor Keputusan Pembelian 49
17. Uji Linieritas X1 dan Y 50
18. Uji Linieritas X2 dan Y 51
19. Uji Linieritas X3 dan Y 51
20. Hasil Uji Homogenitas 52
21. Uji Linier Berganda 53
22. Hasil Uji-t Parsial 54
23. Uji Singnifikansi Simultan (uji F) 55
24. Uji Koefisien Determinasi 56

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

1. Proses Kebutuhan Pembelian 10
2. Tahap-tahap diantara Evaluasi alternatif dan Keputusan Pembelian 11
3. Kerangka Pemikiran 29
4. Struktur Organisasi 43
5. Grafik Skor Ketertarikan 43
6. Grafik Skor Gaya Hidup 44
7. Grafik Skor Citra Merek 44
8. Diagram Distribusi Normalitas Ketertarikan 46
9. Diagram Distribusi Normalitas Gaya Hidup 48
10. Diagram Distribusi Normalitas Citra Merek 49
11. Diagram Distribusi Normalitas Keputusan Pembelian 50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuisioner Penelitian 76
2. Data Mentah Variabel Ketertarikan 77
3. Data Mentah Variabel Gaya Hidup 78
4. Data Mentah Variabel Citra Merek 79
5. Data Mentah Variabel Keputusan Pembelian 80
6. Data Matang Kuesioner 81
7. Uji Validitas 82
8. Uji Reliabilitas 83
9. Uji Prasyarat Analisis 84
10. Uji Hipotesis 85
11. Tabel t 86
12. Tabel F 87
13. Dokumentasi 88
14. Kartu Bimbingan 90