

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK,
DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP MINAT BELI
SEPEDA MOTOR YAMAHA NMAX (STUDI KASUS PADA
MAHASISWA DI UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA
RAYA BEKASI).**

SKRIPSI

**Oleh:
PRATIWI
201510325316**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek,
dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli
Sepeda Motor Yamaha NMAX(Studi Kasus
pada Mahasiswa di Universitas
Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi)

Nama Mahasiswa : Pratiwi
Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325316
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 23 Juli 2019



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha NMAX(Studi Kasus pada Mahasiswa di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi)

Nama Mahasiswa : Pratiwi
Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325316
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 23 Juli 2019

Jakarta, 31 Juli 2019

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Anton Wachidin Widjaja, S.E., M.M......
NIDN : 0311116501

Penguji 1 : Agus Dharmanto, S.E., M.M......
NIDN : 0305087310

Penguji 2 : Hadita, S.Pd., M.M......
NIDN : 0329048302

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.

NIDN 0325057908

Dekan
Fakultas Ekonomi



Dr. Sugeng Suroso, S.E., M.M.

NIDN 0316066201

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha NMAX (Studi Kasus pada Mahasiswa di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi) ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 02 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan,



Pratiwi
201510325316

ABSTRACT

Pratiwi, 201510325316, Effect of Product Quality, Brand Image, and Ad Attractiveness on Interest in Buying Yamaha NMAX motorbikes (Case Study for Students at Bayangkara University Jakarta Raya Bekasi). This study aims to determine how much the influence of product quality, Brand Image, and Ad Attractiveness on Interest in Buying Yamaha NMAX motorbikes (Case Study for Students at Bayangkara University Jakarta Raya Bekasi). This research is quantitative by using T-test and F-test with a significant level of 5%. The population taken is 379 and by using the sampling technique used this is by using the slovin formula to be 380 Respondents at Case Study for Students at Bayangkara University Jakarta Raya Bekasi. This research is quantitative by using multiple linear analysis and hypothetical tests using the T-test, Product Quality variables towards Buying Interest there is a significant effect of Product Quality variables on Purchase Interest so the hypothesis is accepted. T-Test of Brand Image variable on buying Interest, there is a significant effect of Brand Image variable on Buying Interest, The T-Test of attractiveness of the variable Ad for the Purchase Interest, there is no significant influence on the Attractiveness variable of the Ad to the Purchase Interest. The results of the F-test show that Product Quality, Brand Image, and Ad attractiveness have a significant and positive effect on Interest in Buying Yamaha NMAX motorbikes (Case Study for Students at Bayangkara University Jakarta Raya Bekasi).

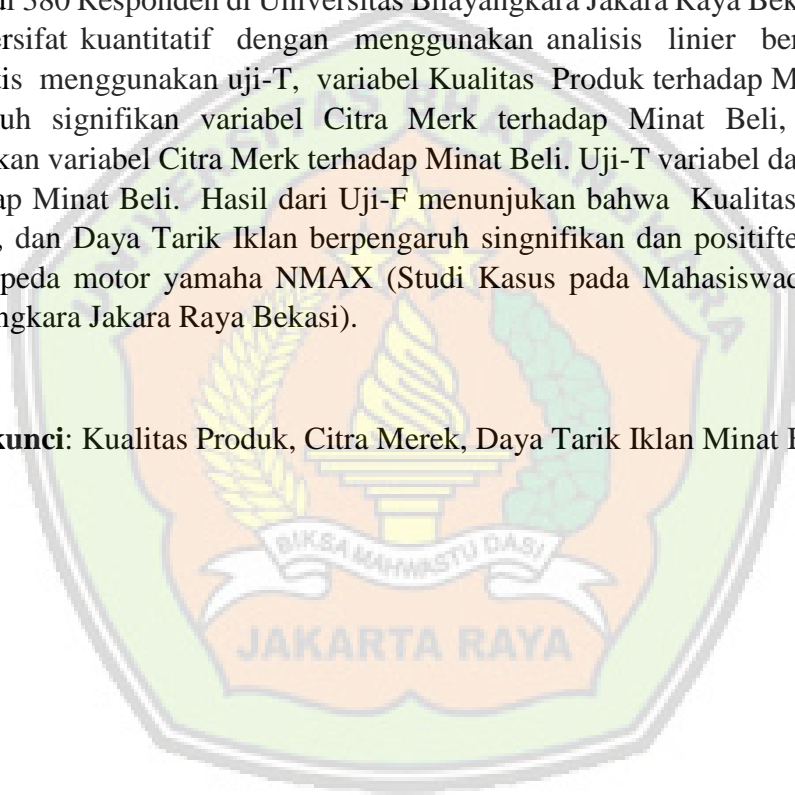
Keywords: *Product Quality, Brand Image, Ad Attractiveness, Buying Interest.*



ABSTRAK

Pratiwi, 201510325316, Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Daya Tarik Iklan terhadap Minat Beli sepeda motor Yamaha NMAX (Studi Kasus pada Mahasiswa di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kualitas Produk, Citra Merek, dan Daya Tarik Iklan terhadap Minat Beli sepeda motor Yamaha NMAX (Studi Kasus pada Mahasiswa di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi). Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan uji-T dan uji-F dengan tingkat signifikansi 5%. Populasi yang diambil 379 dan dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yang digunakan ini yaitu dengan menggunakan rumus Slovin menjadi 380 Responden di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan analisis linier berganda dan uji hipotesis menggunakan uji-T, variabel Kualitas Produk terhadap Minat Beli ada pengaruh signifikan variabel Citra Merek terhadap Minat Beli, adapengaruh signifikan variabel Citra Merek terhadap Minat Beli. Uji-T variabel daya Tarik Iklan terhadap Minat Beli. Hasil dari Uji-F menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Citra Merek, dan Daya Tarik Iklan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat beli sepeda motor Yamaha NMAX (Studi Kasus pada Mahasiswa di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi).

Kata kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Daya Tarik Iklan Minat Beli.



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan Ijinnya, serta atas segala limpahan rahmat dan HidayahNya. maka penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha NMAX” (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi). Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Suatu kebanggaan tersendiri bagi penulis karena dapat menyelesaikan penyusunan skripsi. Selesaiannya penulisan penyusunan skripsi ini adalah berkat bantuan, bimbingan serta dukungan dari semua pihak berupa material, spiritual, maupun informasi. Dengan segala hormat serta kerendahan hati. Perkembangan penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak DR. Irjen (P) H. Bambang Karsono, SH.,MM, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak DR. Sugeng Suroso S.E., MM., MT, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak. M. Fadhli Nursal, SE.,MM., selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak DR. Rorim Panday, MM., MT, selaku Dosen Perwalian Akademik kami di kelas A4 Manajemen Semester 8 atas support serta dukungannya.
5. Ibu Hadita, S.PD.,M.M, selaku Dosen Pembimbing yang terus memberikan Semangat dan Motivasi untuk segera Menyelesaikan Tugas Akhir/Penyusunan Skripsi ini. Terima kasih atas waktu, tenaga dan semua ilmu yang telah diberikan kepada penulis. Dan selalu memberikan motivasi seperti ini “Neng terus semangat jangan putus asa, lelah neng gak akan mengkhianati hasil neng akan indah pada waktunya” dan selalu mengingatkan sholat jangan pernah bosan berdo'a minta dipermudahkan sama Allah swt. Penulis tidak bisa membalas ilmu yang bunda berikan kepada neng, neng hanya bisa mendo'akan bunda yang terbaik buat bunda hadita.
6. Bapak/Ibu dosen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya atas segala limpahan ilmu yang diberikan kepada penulis.

7. Kedua orang tua tersayang (Bpk. Ghatot dan Ibu. Amih) yang selalu memberikan doa, dukungan semangat, dan pengorbanan tanpa balas jasa serta support untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Bpk Gathot yang berkorban mencari uang untuk membiayakan saya, sampai selesainya kuliah saya. Untukmu ibuku tersayang do'amu selalu menyertai tiwi setiap sepertiga malammu, perngorbananmu tidak bisa tiwi balas dengan apapun itu keinginanmu akan tiwi berikan mah, "Ingin melihat tiwi pakai Toga Sarjana". Tiwi akan kabulkan keinginan mamahku sayang. Aamiin
8. Orang-orang tersayang Wahyu Christianto(Yayu) yang selalu menemani dan memberikan semangat, banyak masukan serta arahan dan Muhammad Hardiansyah, Imam Aprianto yang selalu memberikan doa dan support dalam penyusunan skripsi ini. Dan Yoga Prasetya Nur Hasan yang memberikan dukungan dan semangat untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
9. Sahabat tersayang, Risa Alviani yang selalu memberikan semangat dan merangkul dalam penyusunan skripsi ini. Dan diaz adiguna teman – teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas segala bantuan, dukungan, semangat doa yang diberikan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan sehingga penulis mengharapkan masukan, kritik dan saran yang membangun bagi penulis. Akhir kata penulis berharap kepada Allah SWT yang berkenan membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan. aamiin

Hormat saya

Pratiwi

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Batasan Masalah.....	12
1.6 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Minat Beli	14
2.1.1 Indikator minat beli.....	14

2.2 Kualitas Produk.....	15
2.2.1 Dimensi kualitas produk	16
2.2.2 Tujuan Kualitas Produk	17
2.3 Citra Merek	17
2.3.1 Indikator Citra Merek.....	18
2.4 Daya Tarik Iklan	19
2.4.1 Indikator Daya Tarik Iklan.....	20
2.5 Penelitian Terdahulu	21
2.6 Kerangka Berfikir.....	26
2.7 Hipotesis Penelitian.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Desain Penelitian	27
3.2 Tahapan Penelitian	27
3.2.1 Tahap Perencanaan	27
3.2.2 Tahap Pelaksanaan.....	28
3.2.3 Tahap Penulisan	28
3.3 Model Konseptual Penelitian	28
3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	31
3.5 Waktu Tempat Penelitian.....	32
3.5.1 Waktu Penelitian	32
3.5.2 Tempat Penelitian	32
3.6 Populasi dan Sampel	32
3.6.1 Populasi.....	32

3.6.2 Sampel.....	33
3.7 Metode Analisis Data.....	33
3.7.1 Uji Data.....	33
3.7.2 Uji Validitas.....	34
3.7.3 Uji Reabilitas.....	35
3.7.4 Uji Deskriptif.....	35
3.7.5 Uji Asumsi Klasik.....	35
3.7.6 Uji Multikolinieritas.....	36
3.7.7 Uji Autokorelasi.....	36
3.7.8 Uji Heteroredastisitas.....	36
3.7.9 Uji Regresi Linier Berganda.....	37
3.7.10 Uji Hipotesis.....	38
3.7.11 Uji T (Partial).....	38
3.7.12 Uji F (Simultan).....	38
3.7.13 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	39
BAB VI ANALISIS DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Sejarah Obyek Penelitian.....	40
4.2 Struktur Organisasi Dan Visi Misi Obyek Penelitian.....	42
4.2.1 Job Desk Obyek Penelitian.....	43
4.3 Analisis Data Penelitian.....	45
4.3.1 Karakteristik Responden.....	45
4.4 Uji Kualitas Data.....	48

4.4.1 Uji Validitas	48
4.5 Uji Reabilitas.....	50
4.6 Uji Asumsi Klasik.....	51
4.6.1 Uji Normalitas.....	51
4.6.2 Uji Multikolinieritas.....	53
4.6.3 Uji Heteroskedastisitas.....	53
4.7 Analisis Regresi Linier Berganda	55
4.8 Uji Hipotesis	56
4.8.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	56
4.8.2 Uji T	57
4.8.3 Uji F	58
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian	61
BAB V PENUTUP	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Implikasi Manajerial	64

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Perbandingan Spesifikasi Honda PCX dan Yamaha NMAX.....	4
Tabel 2.2 Nama-Nama Bengkel Service Resmi Yamaha di Bekasi.....	6
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	31
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	47
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Konsentrasi	47
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1).....	48
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Citra Merek (X2).....	49
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Daya Tarik Iklan (X3).....	
Error! Bookmark not defined.	
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y).....	49
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X1).....	
Error! Bookmark not defined.	

Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek (X2).....

Error! Bookmark not defined.

Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Variabel Daya Tarik Iklan (X3).....

Error! Bookmark not defined.

Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli (Y)

Error! Bookmark not defined.

Tabel 4.11 Uji Asumsi Normalitas

Error! Bookmark not defined.

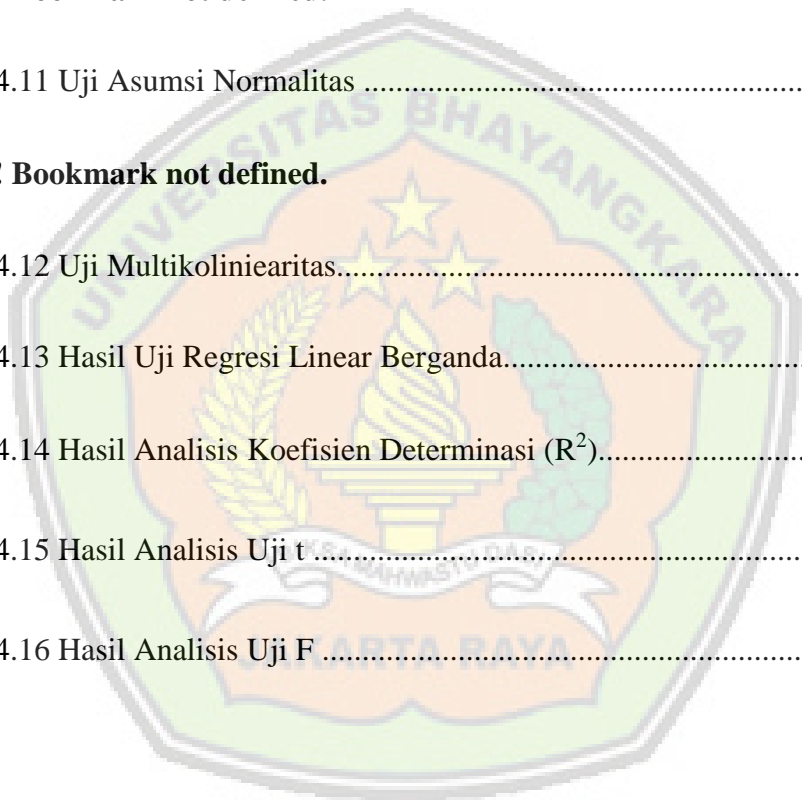
Tabel 4.12 Uji Multikolinieritas..... 55

Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda..... 55

Tabel 4.14 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....56

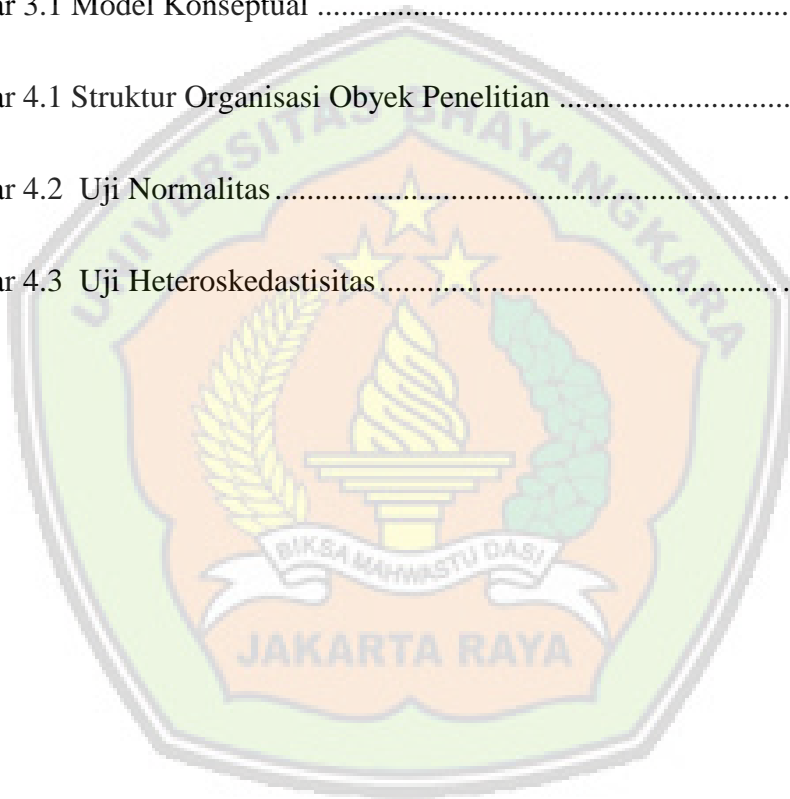
Tabel 4.15 Hasil Analisis Uji t 57

Tabel 4.16 Hasil Analisis Uji F 59



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Iklan Suatu Produk.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	26
Gambar 3.1 Model Konseptual	30
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Obyek Penelitian	42
Gambar 4.2 Uji Normalitas	52
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	54



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	1	Uji Referensi Skripsi
Lampiran	2	Uji Plagiarisme Skripsi
Lampiran	3	Struktur Organisasi PT YAMAHA
Lampiran	4	Kuesioner Penelitian
Lampiran	5	Data Tabulasi
Lampiran	6	Output Hasil SPSS Versi 24
Lampiran	7	Daftar Riwayat Hidup Penulis

