

SKRIPSI

**Pengaruh *Brand Image*, *Reference Group*, Dan Harga
terhadap Keputusan Pembelian pada Sepeda Merek
Polygon di Ponorogo**



Nama : Feri Sandria

NIM : 19414972

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2023

SKRIPSI

**Pengaruh *Brand Image*, *Reference Group*, Dan Harga
terhadap Keputusan Pembelian pada Sepeda Merek
Polygon di Ponorogo**



Diajukan sebagai syarat untuk menyusun skripsi pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Feri Sandria

NIM : 19414972

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Brand Image*, *Reference Group*, Dan
Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sepeda
Merek *Polygon* di Ponorogo
Nama : Feri Sandria
NIM : 19414972
Tempat, tanggal lahir : Ponorogo, 05 Oktober 1996
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk menyusun
skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas
Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 7 Agustus 2023

Pembimbing 1



(Riawan, S.Pd.,MM)

NIDN. 0705128502

Pembimbing 2



(Naning Kristivana, SE.MM)

NIDN. 0721117501

Mengetahui
Ketua Prodi Studi Manajemen



Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si

NIP.19760508 200501 1 002

Dosen Penguji

Ketua



Riawan, S.Pd.,MM
NIDN. 0705128502

Sekretaris



Wahna Widhianingrum, SP.,MM
NIDN. 0707118602

Anggota



Siti Chamidah, SE.,MSi
NIDN. 0019057101

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Brand Image*, *Reference Group*, Dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sepeda Merek Polygon di Ponorogo serta untuk mengetahui Pengaruh Brand Image, Reference Group, Dan Harga secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Sepeda Merek Polygon di Ponorogo. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna sepeda Polygon di Ponorogo. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Data dan hasil responden tersebut di olah menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Brand Image (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), Reference Group (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), dan Harga (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada sepeda merek Polygon di Ponorogo. Metode analisis penelitian ini menggunakan analisis Regresi Linier Berganda dengan bantuan program perangkat SPSS.

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.



Feri Sandria

NIM. 19414972

KATA PENGANTAR

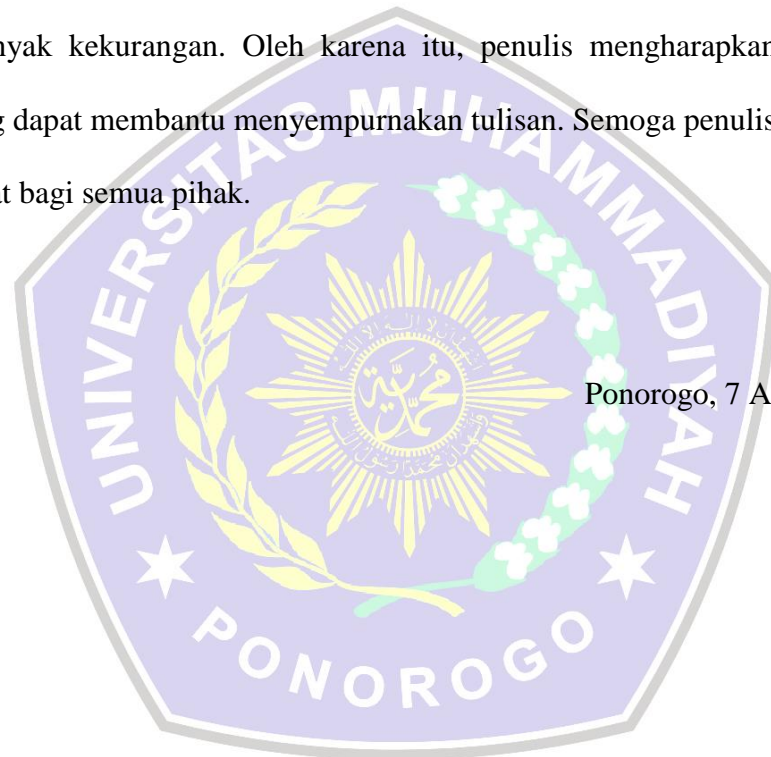
Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image*, *Reference Group* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada sepeda merek *Polygon* di Ponorogo”. Skripsi ini disusun sebagai tanggung jawab penulis untuk menempuh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Skripsi ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Sardi dan Ibu Sumini dan juga yang telah memberikan kasih sayang dan perhatian moril maupun materiil. Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak akan terwujud tanpa dukungan, bantuan, dan bimbingan dari pihak yang terkait. Oleh karena itu ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Hadi Sumarsono,SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
2. Ibu Naning Kristyana.,SE.,MM selaku ketua Jurusan Manajemen serta dosen pembimbing 2 yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh mata kuliah skripsi dan atas semua arahan dan masukannya selama ini..
3. Bapak Riawan,S.Pd.,MM selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, masukan, pengarahan dan saran.
4. Bapak/ibu dosen dan staff di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, khususnya Jurusan Manajemen yang telah banyak membantu penulis untuk menyelesaikan tesis ini.

5. Teman-teman Prosus Manajemen K1 2019 yang senantiasa mendukung dan menemani selama perkuliahan di Jurusan Manajemen.

Semua pihak yang telah membantu kelancaran, memberikan doa dan semangat untuk menyelesaikan tesis ini yang tidak dapat penulis sebut satu per satu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan balasan atas semua kebaikan dan keikhlasan hati yang telah banyak tercurah kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa penulis skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membantu menyempurnakan tulisan. Semoga penulisan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.



Ponorogo, 7 Agustus 2023

Penulis

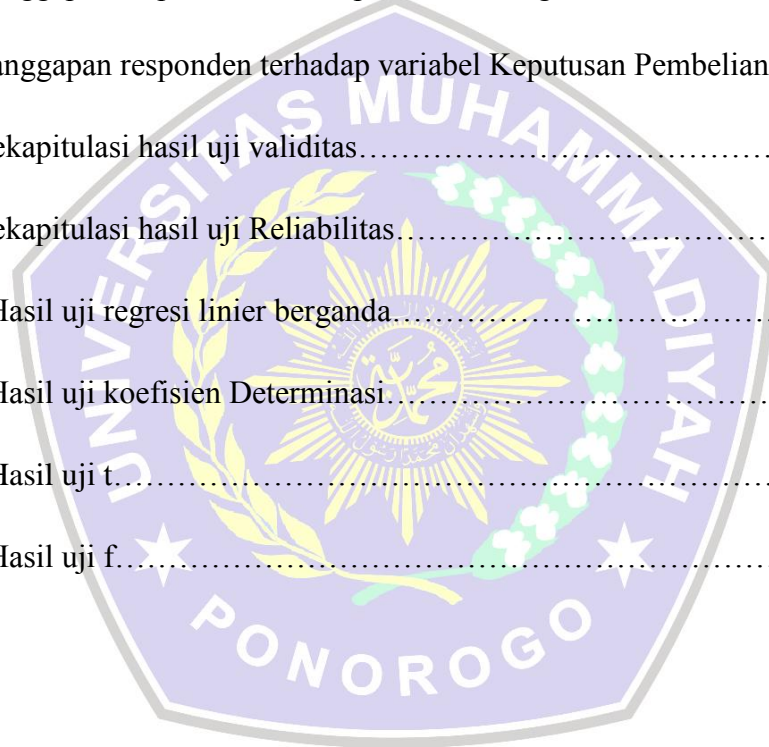
DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
RINGKASAN.....	ii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan masalah	6
1.3 Tujuan penelitian.....	6
1.4 Manfaat penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pengertian Manajemen.....	8
2.1.2 Manajemen Pemasaran	10
2.1.3 Bauran Pemasaran	13
2.1.4 Perilaku Konsumen	16
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	20
2.1.6 Harga Produk	24
2.1.7 Brand Image.....	28
2.1.8 Referensi Group.....	31
2.2 Penelitian Terdahulu	35
2.3 Kerangka Konseptual	36
2.4 Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Ruang Lingkup	40
3.2 Populasi dan Sampel	40

3.3 Metode Pengambilan Data	41
3.4 Definisi Operasional Variabel	42
3.5 Metode Analisis Data.....	46
3.6 Uji Hipotesis.....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Hasil Penelitian.....	52
4.1.1 Gambaran Umum pengguna Sepeda Polygon.....	52
4.1.2 Karakteristik Responden.....	53
4.1.3 Analisis Deskriptif.....	54
4.2 Uji Instrumen Penelitian.....	57
a. Uji Validitas.....	57
b. Uji Reliabilitas.....	58
4.3 Analisis Data.....	59
4.4 Uji Hipotesis.....	61
4.5 Pembahasan.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	53
Tabel 3 Skala likert.....	54
Tabel 4 Tanggapan responden terhadap variabel Brand Image.....	54
Tabel 5 Tanggapan responden terhadap variabel Reference Group.....	55
Tabel 6 Tanggapan responden terhadap variabel Harga.....	56
Tabel 7 Tanggapan responden terhadap variabel Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 8 Rekapitulasi hasil uji validitas.....	58
Tabel 9 Rekapitulasi hasil uji Reliabilitas.....	59
Tabel 10 Hasil uji regresi linier berganda.....	59
Tabel 11 Hasil uji koefisien Determinasi.....	61
Tabel 12 Hasil uji t.....	62
Tabel 13 Hasil uji f.....	65



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 2 Daerah penolakan H_0 dan penerimaan H_a X_1 terhadap Y	63
Gambar 3 Daerah penolakan H_0 dan penerimaan H_a X_2 terhadap Y	63
Gambar 4 Daerah penolakan H_0 dan penerimaan H_a X_3 terhadap Y	64
Gambar 5 Hasil Uji F.....	65

