

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN MOBIL HRV
DI KOTA MADIUN**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Melengkapi Sebagian Syarat-Syarat
Guna Memeroleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo**

Nama : Wanda Sri Wahyuni

N I M : 17414492

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2022

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN MOBIL HRV
DI KOTA MADIUN**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Melengkapi Sebagian Syarat-Syarat
Guna Memeroleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo**

Nama : Wanda Sri Wahyuni

N I M : 17414492

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Mobil HR-V di kota Madiun
Nama : Wanda Sri Wahyuni
NIM : 17414492
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 15 Juli 1997
Program Studi : Manajemen


Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna
Memperoleh gelar Sarjana Progam Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 4 Agustus 2022


Pembimbing I

Pembimbing II


Naning Kristivana, SE., MM
NIDN. 0721117501


Adi Santoso, SE., MM
NIDN. 0727118803

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NIP. 19760508 200501 1 002

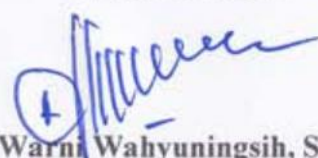
Ketua Penguji

Dosen Penguji :
Sekertaris Penguji

Anggota Penguji


Naning Kristivana, SE., MM
NIDN. 0721117501


Titi Rapini SE., MM.
NIDN. 0005056301


Dwi Warni Wahyuningsih, SE., MM
NIDN. 0710048902

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand image*, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada konsumen Honda HR-V di kota Madiun. Serta untuk mengetahui pengaruh dominan antara *brand image*, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Subyek penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian pada konsumen Honda HR-V di kota Madiun. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 30 responden. Metode pengambilan data yang dilakukan dengan metode kuesioner. Analisis data pada penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan *brand image* terhadap keputusan pembelian. Terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Terdapat pengaruh signifikan promosi terhadap keputusan pembelian. Terdapat pengaruh signifikan *brand image*, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian. Promosi memiliki pengaruh yang dominan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Honda HR-V di kota Madiun.

Kata Kunci: *Brand image*, kualitas produk, promosi, keputusan pembelian

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warrahmatullohi Wabarakatuh

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : **Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Honda HR-V di kota Madiun.** Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah SAW yang mengantarkan manusia dari zaman kegelapan ke zaman yang terang benderang ini. Penyusunan skripsi ini disediakan untuk memenuhi sebagian syarat-syarat mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Peneliti tidak menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat diselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik moril maupun materil. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak dan Ibu terima kasih atas limpahan doa yang tak berkesudahan, serta segala hal yang telah Bapak Ibu lakukan. Apa yang saya dapatkan hari ini, belum mampu membayar semua doa, keringat, jerih payah, dan air mata bapak dan ibu.
2. Bapak Dr. Happy Susanto, M.A selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang tekah memberikan fasilitas dan kesempatan untuk menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, M. Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan semangat guna terselesaikannya skripsi ini.

4. Ibu Naning Kristiyana, S.E., MM selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan semangat guna terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak Drs. Sujiono, MM selaku Dosen Pembimbing I, yang telah membimbing saya dengan penuh keikhlasan dan kesabaran sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
6. Bapak Adi Santoso, SE., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan memberikan arahan-arahan, petunjuk, perbaikan serta nasehat yang sangat bermanfaat bagi saya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah membantu dan mempermudah peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. .

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, mengharapkan segala bentuk saran serta masukan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacanya. Terimakasih.

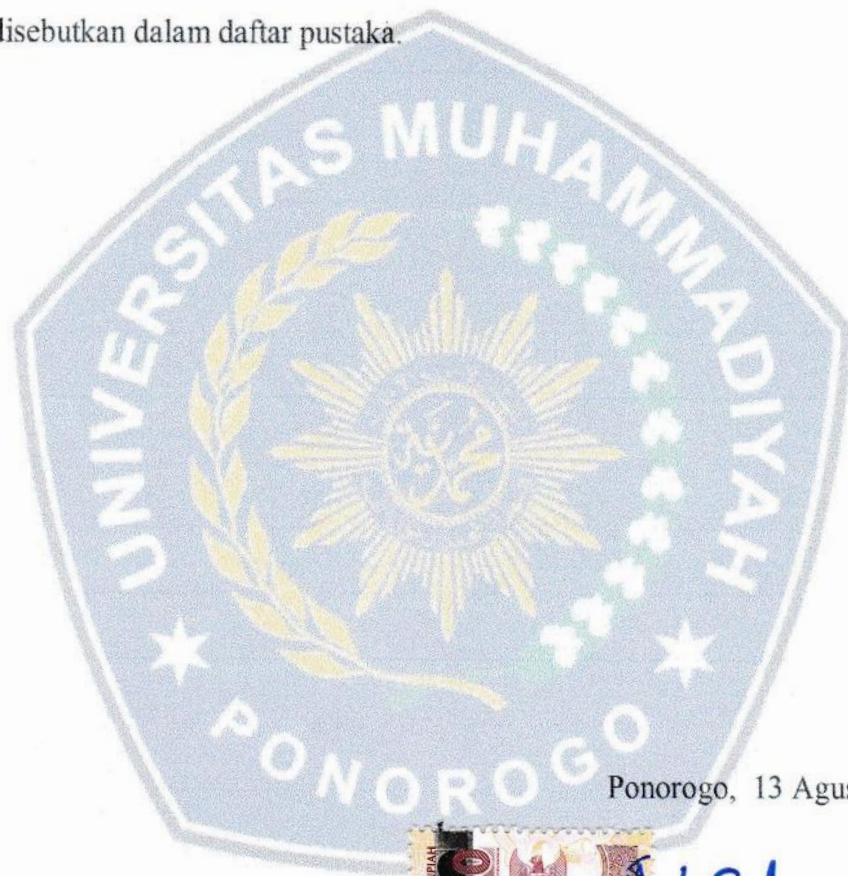
Wassalamualaikum Warrahmatullohi Wabarakatuh,

Ponorogo, Agustus 2022

Peneliti

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENULISAN

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 disuatu institusi pendidikan dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.



Ponorogo, 13 Agustus 2022



Wanda Sri Wahyuni

NIM. 17414492

MOTTO

Mulailah dari tempatmu berada,
Gunakan yang kau punya,
Lakukan yang kau bisa

-Wanda Sri W.



DAFTAR ISI

SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN TIDAK MELANGGR KODE ETIK	vi
MOTTO	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Landasan Teori.....	12
1. Manajemen Pemasaran.....	12
2. Bauran Pemasaran	13
3. Perilaku Konsumen	15
4. Keputusan Pembelian.....	16
5. Meningkatkan Pembelian Konsumen.....	22

6. Brand Image	23
7. Kualitas Produk	30
8. Promosi.....	33
B. Penelitian Terdahulu	36
C. Kerangka Pemikiran.....	38
D. Hipotesis Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	43
B. Populasi dan Sampel Penelitian	43
C. Jenis dan Metode Pengambilan Data	44
D. Definisi Operasional Variabel.....	45
E. Metode Analisis Data.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Hasil Penelitian	50
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
2. Gambaran Umum Responden.....	54
3. Uji Instrumen Penelitian	63
4. Analisis Data.....	65
B. Pembahasan.....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
C. Kesimpulan	79
D. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN	89

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	45
Tabel 4.1 Kalsifikasi Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.3 Klsifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	56
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	56
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Brand Image	58
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	59
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi.....	60
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	62
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	63
Tabel 4.10 Hasl Uji reliabilitas	65
Tabel 4.11 Hasil Analisis Garis Regresi Berganda.....	66
Tabel 4.12 Koefisien Determinasi Berganda.....	68
Tabel 4.13 Hasil Analisis t.....	69
Tabel 4.14 Hasil Analisis Uji f	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian.....	38
Gambar 4.1 Generasi Kedua HR-V	53
Gambar 4.2 Generasi Ketiga HR-V.....	54



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	
Lampiran 2. Data Responden	
Lampiran 3. Laporan Penjualan.....	
Lampiran 4. Tabulasi Data.....	
Lampiran 5. Tanggapan responden.....	
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas	
Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas	
Lampiran 8. Analisis Regresi Linier Berganda	
Lampiran 9. Tabel Nilai-Nilai Kritis Koefisien (R) Product Moment	
Lampiran 10. Tabel Nilai-Nilai Kritis F	
Lampiran 11 Tabel Nilai-Nilai Kritis	



