

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA DAN
WORD OF MOUTH (WOM) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR
MATIC HONDA**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN MEMENUHI
SALAH SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR SARJANA
MANAJEMEN**



**UNIVERSITAS BINANIAGA
INDONESIA**

**ARY
NPM. S1-0218.083**

**PROGAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA
2024**

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : ARY

NPM : S1-0218.083

**JUDUL : PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA,
DAN *WORD OF MOUTH (WOM)*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOTOR MATIC HONDA**

Tim Penguji
Dosen Pembimbing

(Caslam, SE., M.M)

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II

(Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M)

(Vera Clara Simanjuntak, S.Sos., M.M)

Mengetahui :

Ketua Prodi

DEKAN

(Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M)

(Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan yang Maha Esa, karena dengan izin-Nya sehingga penulisan Skripsi dengan judul **“PENGARUH *BRAND IMAGE*, *HARGA* DAN *WORD OF MOUTH (WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR MATIC HONDA”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi pada Program Studi Manajemen, Program Sarjana Universitas Binaniaga Indonesia.

Peneliti menyadari bahwa tidak ada suatu karya manusia yang sempurna terutama karena terbatasnya kemampuan serta pengetahuan yang peneliti miliki. Untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak supaya penyajian tulisan di masa yang akan datang bisa jauh lebih baik lagi.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya atas bantuan dan bimbingan yang diberikan. Peneliti berterimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Ismulyana Djan, SE., MM. ; selaku Rektor Universitas Binaniaga Indonesia.
2. Bapak Dr. Yuli Anwar, SE., M.Ak selaku Wakil Rektor I, Bapak Dedy Mulyadi, S.Si., M.Kom selaku Wakil Rektor II dan Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia.
3. Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut., MM. ; selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana.
4. Bapak Caslam, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah membimbing

dengan sabar, ikhlas, memberikan arahan dan motivasi terhadap peneliti.

5. Bapak/Ibu dosen serta staff administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia yang telah memberikan ilmu dan pelayanan yang sangat baik kepada penulis.
6. Kedua orangtua saya Bp. Iwandi Muchtar dan Ibu Tenih Wisudhi yang selalu mendoakan, memberi dukungan, semangat dan motivasi yang tiada henti.
7. Kepada pacar saya Yulianti yang selalu memberi semangat dan dukungan dalam mengerjakan proposal ini.
8. Rekan-rekan mahasiswa Angkatan 2018 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia atas kebersamaannya selama ini.
9. Rekan-rekan PT. MULIA RAYA AGRIJAYA yang telah membantu dan memberikan motivasi untuk peneliti dalam menyelesaikan proposal.

Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi banyak pihak terutama bagi penulis sendiri dalam rangka pengembangan Pendidikan di masa kini dan masa yang akan datang.

Bogor, 18 Januari 2024

Peneliti

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| LEMBAR JUDUL..... | i |
| LEMBAR PENGESAHAN..... | ii |
| KATA PENGANTAR..... | iii |
| DAFTAR ISI..... | v |
| DAFTAR TABEL..... | viii |
| DAFTAR GAMBAR..... | x |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xi |
| BAB 1 PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Identifikasi Masalah..... | 7 |
| C. Batasan Masalah..... | 7 |
| D. Rumusan Masalah..... | 8 |
| E. Tujuan Penelitian..... | 8 |
| F. Manfaat Penelitian..... | 9 |
| G. Sistematika Penulisan..... | 10 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 11 |
| A. Pengertian Manajemen Pemasaran..... | 11 |
| B. Pemasaran..... | 12 |
| C. Bauran Pemasaran..... | 14 |
| D. Brand Image..... | 16 |
| E. Harga..... | 24 |

| | |
|--|-----------|
| F. Word Of Mouth..... | 37 |
| G. Keputusan pembelian | 48 |
| H. Penelitian Terdahulu..... | 60 |
| I. Kerangka Pemikiran..... | 67 |
| J. Hipotesis | 68 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 73 |
| A. Metode Penelitian | 73 |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian | 73 |
| C. Populasi dan Sampel..... | 74 |
| D. Variabel dan Pengukurannya | 76 |
| E. Operasional Variabel..... | 78 |
| F. Jenis dan Sumber data | 81 |
| G. Metode Analisis Data | 83 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 96 |
| A. Gambaran Umum Perusahaan | 96 |
| B. Profil Responden..... | 98 |
| C. Uji Validitas & Realibilitas..... | 102 |
| D. Uji Asumsi Klasik..... | 110 |
| E. Analisis Statistik Deskriptif | 119 |
| F. Hasil Uji Linear Berganda | 124 |
| G. Analisis Kolerasi | 127 |
| H. Uji Hipotesesi | 128 |
| I. Analisis Koefisien Determinasi..... | 133 |
| J. Pembahasan | 135 |

| | |
|----------------------------------|-----|
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 140 |
| A. Kesimpulan | 140 |
| B. Saran | 141 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 144 |
| LAMPIRAN | 148 |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 1 Perbandingan Data Penjualan 5 Merek Matic Pada Tahun 2018 - 2022..... | 5 |
| Tabel 2 Perbandingan Data Penjualan 5 Merek Matic Pada Tahun 2018 - 2022..... | 6 |
| Tabel 3 Penelitian Terdahulu..... | 60 |
| Tabel 4 Operasional Variabel..... | 78 |
| Tabel 5 Skala Likert..... | 83 |
| Tabel 6 Pedoman interpretasi "r" <i>product moment</i> | 90 |
| Tabel 7 Interpretasi Koefisien Korelasi..... | 91 |
| Tabel 8 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 98 |
| Tabel 9 Profil Responden Berdasarkan Usia..... | 99 |
| Tabel 10 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 100 |
| Tabel 11 Profil Responden Pendapatan..... | 100 |
| Tabel 12 Profil Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Produk..... | 101 |
| Tabel 13 Uji Validitas Variabel Brand Image (X1)..... | 103 |
| Tabel 14 Uji Validitas Variabel Harga (X2)..... | 104 |
| Tabel 15 Uji Validitas Variabel Word Of Mouth (X3)..... | 105 |
| Tabel 16 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)..... | 106 |
| Tabel 17 Uji Reliabilitas Variabel Brand Image (X1)..... | 108 |
| Tabel 18 Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2)..... | 108 |
| Tabel 19 Uji Reliabilitas Variabel Word Of Mouth (X3)..... | 109 |
| Tabel 20 Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)..... | 109 |
| Tabel 21 Uji Hasil Uji Normalitas..... | 111 |
| Tabel 22 Hasil Uji Multikolinieritas..... | 113 |

| | |
|--|-----|
| Tabel 23 Hasil Uji Heterokedastisitas | 115 |
| Tabel 24 Uji Linearitas Brand Image (X1)..... | 117 |
| Tabel 25 Uji Linearitas Harga (X2)..... | 118 |
| Tabel 26 Uji Linearitas Word Of Mouth (X3) | 118 |
| Tabel 27 Indeks Jawaban Responden..... | 121 |
| Tabel 28 Indeks Jawaban Responden Variabel Brand image | 121 |
| Tabel 29 Indeks Jawaban Responden Variabel Harga | 122 |
| Tabel 30 Indeks Jawaban Responden Variabel Word Of Mouth | 123 |
| Tabel 31 Indeks Jawaban Responden Variabel Keputusan pembelian | 124 |
| Tabel 32 Hasil Uji Regresi Linear Berganda | 125 |
| Tabel 33 Interpretasi Koefisien Korelasi | 127 |
| Tabel 34 Hasil Uji Kolerasi..... | 127 |
| Tabel 35 Hasil Uji Simultan | 129 |
| Tabel 36 Hasil Uji Parsial..... | 132 |
| Tabel 37 Hasil Koefisien Determinasi..... | 134 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|---------|
| Gambar 1 Kerangka Pemikiran | 67 |
| Gambar 2 Struktur Organisasi PT. ASTRA HONDA MOTOR | 97 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | Halaman |
|--|---------|
| Lampiran 1 Kuesioner | 148 |
| Lampiran 2 Hasil Uji Validitas | 154 |
| Lampiran 3 Hasil Uji Realibilitas | 163 |
| Lampiran 4 Tabulansi Data Mentah | 166 |
| Lampiran 5 Output Hasil SPSS | 177 |
| Lampiran 6 Output Hasil Uji Regresi Linear Berganda dan Analisi korelasi | 180 |
| Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis dan Koefisien Determinasi | 181 |
| Lampiran 8 Tabel F | 182 |
| Lampiran 8 Tabel T | 193 |