

**PENGARUH DESAIN, CITRA MEREK DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO FINO
PADA DEALER SEKAWAN MOTOR
DI KOTA KUPANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh:

DANNI PRAMANA ROHI

NO. REGIS : 32113039

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2017**

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH DESAIN, CITRA MEREK DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO FINO
PADA DEALER SEKAWAN MOTOR
DI KOTA KUPANG

Yang diajukan oleh:

Nama : Danni Pramana Rohi
No. Registrasi : 32113039
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Skripsi ini telah disetujui oleh Tim Pembimbing Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

Pembimbing I

Pembimbing II


Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM


Rosadalima Tisu, SE, MM

Kupang, 1 November 2017

Ketua Program Studi Manajemen




Rosadalima Tisu, SE, MM

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH DESAIN, CITRA MEREK DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO FINO
PADA DEALER SEKAWAN MOTOR
DI KOTA KUPANG

Yang diajukan oleh:

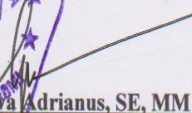
Nama : Danni Pramana Rohi
No. Registrasi : 32113039
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

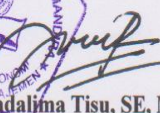
Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian dan dinyatakan lulus pada
tanggal 2 November di ruang A115

Susunan Panitia Ujian

1. Ketua : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM (.....)
2. Sekretaris : Rosadalima Tisu, SE, MM (.....)
3. Penguji I : Drs. Ec. Sabinus Hatul, MM (.....)
4. Penguji II : Dra. Sukanti, MM (.....)
5. Penguji III : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM (.....)

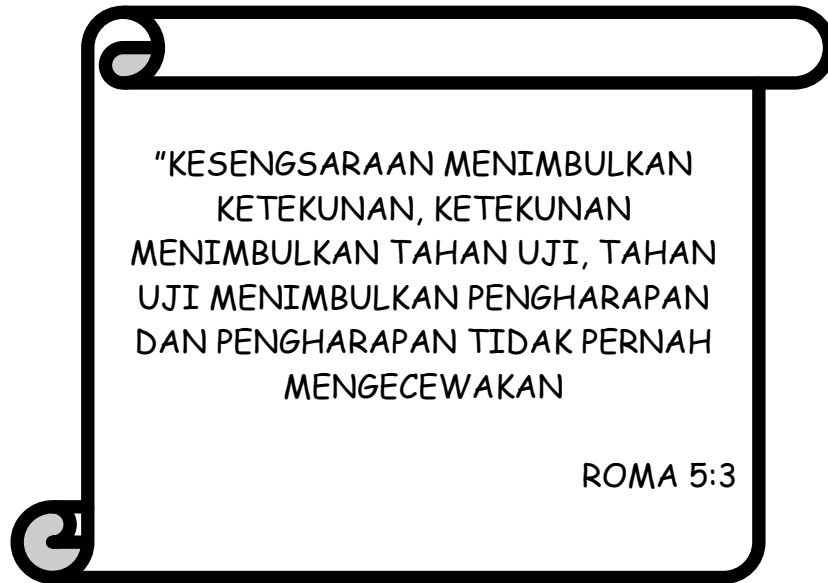
Kupang,.....November 2017

Dekan Fakultas Ekonomi

Jon Sewa Adrianus, SE, MM

Ketua Program Studi Manajemen

Rosadalima Tisu, SE, MM

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO



PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

1. Tuhan Yesus Kristus karena dengan Kasih-Nya saya boleh diberikan hikmat dan pengetahuan untuk menulis skripsi ini dan selalu menopang segala rencana saat penyelesaian skripsi.
2. Kepada orangtua saya Bapak Drs. Wellem L. Rohi dan Mama Blandina Rohi-Luangkaly, SST, M.Kes yang telah dengan susah payah membesarkan dan membanting tulang mencari nafkah untuk membiayai pendidikanku.
3. Kepada saudara-saudaraku: Adik Bonni P. Rohi dan Waldy Raisa Rohi yang selalu mendukung dan memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi saya.
4. Kepada teman-teman terdekatku Klemens J. Kewa, Marthin Ganggar, Umbu Kaori Sagabara, Welrik Funay, Winaldy Ndoen, Carlos Peloy, Josef Bittin, Richard Dully dan semua teman-teman manajemen angkatan 2013

yang senantiasa membantu saya, memberikan motivasi dan juga dukungan doa kepada saya dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini .

5. Almamaterku tercinta Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang selalu memberikam dukungan kepada saya ketika saya mengikuti PON 2016 Jawa Barat dan Kejuaraan Dunia di San Francisco, California USA 2107 sampai saya menyelesaikan Penulisan skripsi saya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Skripsi dengan judul “ **Pengaruh Desain, Citra Merek dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Yamaha Mio Fino Pada Dealer Sekawan Motor Di Kota Kupang**“ diajukan guna memenuhi syarat lulus pendidikan Strata 1 Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Pemasaran Universitas Katolik Widya Mandira.

Dengan selesainya penyusunan tugas akhir ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang beserta staf, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Mandira Kupang.
2. Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
3. Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
4. Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku Pembimbing I dan Ibu Rosadlima Tisu, SE, MM selaku Pembimbing II yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan mulai dari persiapan proposal hingga skripsi ini.
5. Bapak Drs. Ec. Sabinus Hatul, MM penguji I, Ibu Dra. Sukamti, MM selaku penguji II dan Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku penguji

III yang telah memberikan bimbingan, masukan dan perbaikan yang sangat membantu bagi penulis.

6. Bapak dan Ibu dosen lainnya yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta bimbingan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang .
7. Para pegawai Tata Usaha khususnya Om Anis yang sangat membantu dalam menyiapkan segala keperluan perkuliahan.
8. Kepada Dealer Sekawan Mototr di Kota Kupang yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melakukan penelitian dan memberikan data yang dibutuhkan penulis untuk mendukung penelitian ini.
9. Kepada semua pihak yang telah membantu selama masa perkuliahan maupun penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dengan keterbatasan kemampuan dan waktu yang penulis miliki, maka hasil penelitian skripsi ini dapat diselesaikan. Untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun guna menyempurnakan tulisan ini sangat penulis harapkan.

Kupang, Mei 2017

Penulis

ABSTRAK

Danni Pramana Rohi (32113039) “Pengaruh Desain, Citra Merek Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Yamaha Mio Fino Pada Dealer Sekawan Motor Di Kota Kupang”

Dibawah bimbingan Bapak Drs. Ec.Gaudensius Djuang, MM sebagai pembimbing I dan Ibu Rosadalima Tisu, SE, MM sebagai pembimbing II.

Banyaknya pesaing dealer motor di Kota Kupang, menyebabkan terjadi persaingan, sehingga penjualan motor Yamaha Mio Fino pada Dealer Sekawan Motor selama 4 tahun terakhir, mengalami penurunan di tahun 2016. Tujuan dalam penelitian ini adalah 1). Untuk mengetahui persepsi responden tentang desain, citra merek, promosi penjualan dan gambaran keputusan pembelian konsumen sepeda motor Yamaha Mio Fino pada Dealer Sekawan Motor di Kota Kupang. 2). Untuk mengetahui signifikansi pengaruh desain, citra merek, promosi penjualan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen sepeda motor Yamaha Mio Fino pada Dealer Sekawan Motor di Kota Kupang. 3). Untuk mengetahui signifikansi pengaruh desain, citra merek, promosi penjualan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen sepeda motor Yamaha Mio Fino pada Dealer Sekawan Motor di Kota Kupang

Populasi tidak diketahui, jumlah sampel ditentukan berdasarkan jumlah indikator dikalikan 5 – 10 sebanyak 105 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *aksidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan alat statistik deskriptif dan analisis inferensial pada program SPSS *statistic version 16*.

Hasil analisis deskriptif, variabel desain 83,76%, kategori baik, citra merek 87,45% kategori sangat baik, promosi penjualan 83,75% kategori baik dan keputusan pembelian konsumen 84,40% kategori baik. Analisis statistik regresi linear berganda diperoleh persamaan $Y = 0,247X_1 + 0,386X_2 + 0,343X_3$. Hasil uji t menunjukkan desain, citra merek dan promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil uji F menunjukkan desain, citra merek dan promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil koefisien determinasi adalah 0,744 atau 78,80%, artinya keputusan pembelian konsumen merupakan kontribusi dari variabel desain, citra merek dan promosi penjualan, sedangkan sisanya 21,20% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian, sebaiknya Dealer Sekawan Motor terus mengikuti *trend*, khususnya perkembangan desain motor yang terbaru untuk dipasarkan sehingga konsumen lebih tertarik untuk membeli motor di Dealer Sekawan Motor dan tetap menjaga kepercayaan konsumen terhadap citra merek Yamaha dengan memberikan produk dengan kualitas terbaik, selain itu juga terus giat melakukan kegiatan promosi penjualan atau bahkan meningkatkannya agar lebih baik lagi, karena persaingan sesama dealer atau pesaing lain semakin ketat.

Kata kunci : Desain, citra merek, promosi dan keputusan pembelian.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II: LANDASAN TEORI	12
A. Perilaku Konsumen.....	12
1. Pengertian Perilaku konsumen	12
2. Pengertian Keputusan Pembelian	14
3. Tahapan Proses Keputusan Pembelian	15
4. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	16
5. Indikator Keputusan Pembelian	20

B. Desain	20
1. Terimonologi Desain	20
2. Ruang Lingkup Desain.....	22
3. Indikator Desain.....	23
C. Citra Merek.....	23
1. Pengertian Citra Merek	23
2. Faktor-faktor Pembentuka Citra Merek.....	26
3. Indikator Citra Merek.....	27
D. Promosi.....	28
1. Pengertian Promosi	28
2. Tujuan Promosi.....	29
3. Indikator Promosi	30
E. Penelitian Terdahulu	30
F. Kerangka Berpikir.....	33
G. Hiotesis Penelitian	34
BAB III: METODE PENELITIAN	36
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	36
B. Populasi dan Sampel.....	36
1. Populasi penelitian.....	36
2. Sampel penelitian.....	36
C. Jenis Data.....	37
1. Jenis Data Menurut Sumber	37
2. Jenis Data Menurut Sifat.....	38
D. Teknik Pengumpulan Data.....	38

E.	Variabel Penelitian, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran	39
1.	Variabel Penelitian, Definisi Operasional dan Indikator	40
2.	Skala Pengukuran	40
F.	Uji Validitas dan Reliabilitas	40
1.	Uji Validitas	40
2.	Uji Reliabilitas	41
G.	Analisis Data.....	42
1.	Analisis Deskriptif	42
2.	Analisis Statistik Inverensial.....	43
a.	Uji Asumsi Klasik.....	43
1).	Uji Multikolinearitas.....	43
2).	Uji Normalitas	44
3).	Uji Linearitas	45
b.	Analisis Regresi Linearitas Berganda.....	45
c.	Pengujian Hipotesis Statistik	46
1).	Uji Parsial (Uji t)	46
2).	Uji Simultan (Uji F).....	47
d.	Koefisien Determinasi.....	48
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		50
A.	Karakteristik Responden	50
1.	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
2.	Karakteristik Berdasarkan Usia.....	51

3. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	52
4. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Sendiri/Orangtua	53
B. Hasil Uji Coba Dan Instrumen Penelitian.....	54
1. Uji Validitas.....	54
a. Uji Validitas Variabel Desain.....	54
b. Uji Validitas Variabel Citra Merek	55
c. Uji Validitas Variabel Promosi	56
d. Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	56
2. Uji Reliabilitas	57
C. Analisis Data.....	58
1. Analisis Deskriptif	58
a. Desain	59
b. Citra Merek.....	60
c. Promosi.....	61
d. Keputusan Pembelian.....	62
2. Analisis Statistik Inferensial.....	63
a. Uji Asumsi Klasik.....	63
1) Uji Multikolinearitas	63
2) Uji Normalitas.....	64
3) Uji Linearitas	65
b. Analisis Regresi Linear Berganda	66
c. Pengujian Hipotesis Statistik.....	68
1) Uji Parsial (Uji t).....	68
2) Uji Simultan (Uji F)	70

d. Koefisien Determinasi.....	71
D. Pembahasan	
1. Pengaruh Variabel Desain (X1).....	72
2. Pengaruh Variabel Citra Merek (X2)	73
3. Pengaruh Variabel Promosi (X3)	74
BAB V : PENUTUP	75
A. Kesimpulan	76
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN	76

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Sepeda Motor Matic Pada Dealer Sekawan Motor Di Oeba Kota Kupang Pada Tahun 2013-2016	6
Tabel 1.2 Data Volume Penjualan Sepeda Motor Yamaha Mio Fino Pada Dealer Sekawan Motor Oeba Kota Kupang Pada Tahun 2016	8
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Operasional, Indikator Dan Skala Pengukuran.....	39
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	52
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan.....	53
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Desain.....	55
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Citra Merek	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Promosi	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	57
Tabel 4.9 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 4.10 Jawaban Responden Variabel Desain.....	59
Tabel 4.11 Jawaban Responden Variabel Citra Merek.....	60
Tabel 4.12 Jawaban Responden Variabel Promosi.....	61
Tabel 4.13 Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	62
Tabel 4.14 Hasil Uji Linearitas	65
Tabel 4.15 Analisis regresi Linear Berganda	66
Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial t	68

Tabel 4.17 Hasil Uji Simultan F	70
Tabel 4.18 Hasil Uji Determinasi R^2	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian.....	16
Gambar 2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	18
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir	34
Gambar 4.1 Grafik Histogram Uji Normalitas	64
Gambar 4.2 P-plot Uji Normalitas	64

