

**PENGARUH IKLAN, CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK HONDA VARIO
PADA MAHASISWA UIN RADEN FATAH PALEMBANG**



Oleh:

MOH. ZAINURI

NIM: 1656200146

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi

(S.E)

PALEMBANG

2020

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Jangan biarkan kesulitan membuatmu gelisah, karena bagaimanapun juga hanya di malam yang paling gelap bintang-bintang tampak bersinar lebih terang.”

-Ali Bin Abi Thalib-

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah kupanjatkan kepada Allah SWT, dimana atas segala rahmat dan juga kesempatannya lah skripsi ini dapat terselesaikan dengan waktu yang tepat. Dengan bangga

Skripsi ini kupersembahkan kepada

- Kedua orang tuaku tercinta
- Saudaraku tersayang
- Keluarga terkasih
- Sahabat-sahabat
- Almamater

JAZAKUMULLAH KHAIR

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – INDONESIA

A. Huruf Konsonan

ا = ' ز = z ق = q
ب = b س = s ك = k
ت = t ش = sy ل = l
ث = š ص = Ş م = m
ج = j ض = dh ن = n
ح = h ط = ʔ و = w
خ = kh ظ = zh ه = h
د = d ع = ' ء = `
ذ = ž غ = gh ي = y
ر = r ف = f

B. Ta` Marbûthah

1. Ta` marbûthah sukun ditulis contoh بِعِبَادَةٍ ditulis *bi 'ibâdah*.
2. Ta` marbûthah sambung ditulis contoh بِعِبَادَةِ رَبِّهِ ditulis *bi 'ibâdatrabbih*.

C. Huruf Vokal

1. Vokal Tunggal

- a. Fathah (---) = a
- b. Kasrah (---) = i
- c. Dhammah (---) = u

2. Vokal Rangkap

- a. (اي) = ay
- b. (ي --) = îy
- c. (او) = aw
- d. (و --) = ûw

3. Vokal Panjang

- a. (ا---) = a>
- b. (ي---) = i>

c. (جـ) = u>

D. Kata Sandang

Penulisan *al qamariyyah* dan *al syamsiyyah* menggunakan *al-*:

1. *Al qamarîyah* contohnya: ”الحمد“ ditulis *al-ḥamd*
2. *Al syamsîyah* contohnya: ”النمل“ ditulis *al-naml*

E. Daftar Singkatan

H	=	Hijriyah
M	=	Masehi
hal.	=	halaman
Swt.	=	<i>subḥânahu wa ta‘âlâ</i>
saw.	=	<i>sall Allâh ‘alaihi wa sallam</i>
QS	=	al-Qur`ân Surat
HR	=	Hadis Riwayat
terj.	=	terjemah

F. Lain-Lain

Kata-kata yang sudah dibakukan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (seperti kata *ijmak*, *nas*, dll), tidak mengikuti pedoman transliterasi ini dan ditulis sebagaimana dalam kamus tersebut.

ABSTRAK

Keputusan pembelian menjadi prioritas utama dalam penelitian karena tingkat persaingan yang ketat diantara perusahaan industri otomotif. Produsen berlomba-lomba untuk menciptakan produk yang berkualitas dan menciptakan inovasi-inovasi baru demi menarik minat konsumen. Pada penelitian ini dilakukan secara empiris dengan menguji variabel iklan, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda Vario pada mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Sampel penelitian ini berjumlah 104 sampel dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *Purposive Sampling* dalam penyebaran kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah dengan analisis regresi linear berganda, dengan menggunakan uji hipotesis yaitu uji F dan uji T.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan pada hasil nilai t hitung $> t$ tabel ($3.775 > 1,98373$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan pada hasil nilai t hitung $> t$ tabel ($4.326 > 1,98373$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Variabel harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan pada hasil nilai t hitung $> t$ tabel ($0.323 < 1,98373$) dan nilai signifikansi sebesar $0,747 > 0,05$.

Kata Kunci : Iklan, Citra Merek, Harga dan Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Puji syukur atas kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya berupa ilmu pengetahuan dan petunjuk sehingga skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Vario Pada Mahasiswa Uin Raden Fatah Palembang”** Dapat terselesaikan. Shalawat Serta Salam Selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu ‘alaihi Wa Salam beserta keluarga, sahabat dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Skripsi ini diselesaikan sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program S1 Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang. Penulis menyadari masih banyak kesalahan dalam penulisan skripsi ini dan menghargai bantuan semua pihak dalam proses penyelesaian skripsi ini. Dengan penuh rasa syukur, penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan bimbingan dan do'a sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada :

1. Ayahku Warsito. dan ibuku Siti Rukamah yang saya sayangi dan cintai. Saya mengucapkan ribuan terima kasih atas semua jasa-jasa kalian yang telah mendukungku baik secara moral dan materil hingga mampu melewati seluruh suka duka, sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Ibu Prof. Dr. Nyayu Khodijah, S. AG., M.SI selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
3. Bapak Dr. Heri Junaidi, M.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
4. Ibu Dr. Maftukhatusolikhah, M.Ag. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
5. Bapak Dedy Anwar, SE, M.si. P.hD selaku pembimbing utama saya yang telah memberikan bimbingan dan arahan hingga dapat menyelesaikan skripsi saya dengan baik.
6. Ibu Dian Pratiwi, S.EI.ME selaku pembimbing kedua saya yang telah banyak meluangkan waktunya, memberikan banyak kontribusi tenaga dan pikiran, serta memberi arahan agar dapat memudahkan penulis dalam pembuatan skripsi.

7. Ibu Juwita Anggraini, M.H.I selaku Penasehat Akademik.
8. Seluruh Dosen, Staff Administrasi dan Pengurus Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan layanan dan kemudahan dalam kelancaran penulisan skripsi ini.
9. Saudari yang ku sayangi Nela Dwi Lorensyah yang memberikan semangat selama penulisan skripsi.
10. Sahabat seperjuanganku Ari Sazili S.E., Mulyawan Fisabilillah, Muhammad Runtoni, Muhammad Rizky, Maulana Agung Kharisma, Muhammad Firmansyah, Muhammad Faqih Harisudin dan Muhammad Ridho terima kasih atas segala suka duka, canda tawa dan segalanya yang tidak bisa penulis ungkapkan satu persatu, semoga Allah SWT mewujudkan segala cita-cita kita. Aamiin.
11. Teman-teman Eksya 4 2016 yang penulis sayangi, yang selalu menjadi semangat dalam menjalani keseharian selama masa perkuliahan berlangsung, semoga Allah SWT membalas segala kebaikan kalian semua.
12. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini sampai selesai dengan sangat baik.

Semoga Allah SWT melimpahkan segala rahmat, karunia serta hidayah-Nya kepada mereka semua untuk membalas segala kebaikan, dukungan, motivasi, dan pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis.

Terakhir penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca, khususnya mahasiswa dan masyarakat luas pada umumnya.

Wassalamu 'alaikum warahmatullah wabarakatuh

Palembang, Desember 2020

Penulis

Moh. Zainuri

NIM.1656200146

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Abstrak	ii
Motto	iii
Pedoman Transliterasi	iv
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah.....	11
C. Rumusan Masalah.....	11
D. Tujuan Penulisan.....	11
E. Manfaat Penelitian.....	12
E. Sistematika Penulisan.....	13
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Keputusan Pembelian	15
B. Iklan	21
C. Brand Image (Citra Merek)	28
D. Harga	35
E. Penelitian Terdahulu	39
F. Kerangka Konseptual	43
G. Pengembangan Hipotesis.....	45
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Metode Penelitian.....	49
B. Desain Penelitian.....	49
C. Sumber dan Jenis Data.....	49
D. Populasi dan Sampel	50
E. Teknik Pengumpulan Data	52
F. Variabel Penelitian	54

G. Definisi Operasional Variabel	55
H. Instrumen Penelitian	56
I. Teknik Analisis Data	57

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian.....	62
B. Karakteristik Responden.....	63
C. Instrumen Penelitian	69
D.. Hasil Analisis Data	73
E.. Pembahasan Hasil Penelitian	85

BAB V PENUTUP

A. Simpulan.....	90
B. Saran.....	91

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Sepeda Motor Januari 2019
Tabel 1.2	Data Penjualan Motor Metic Honda Januari 2019
Tabel 1.3	Research Gap Iklan Terhadap Keputusan Pembelian
Tabel 1.4	<i>Research Gap</i> Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian
Tabel 1.5	<i>Research Gap</i> Harga Terhadap Keputusan Pembelian
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu
Tabel 3.1.	Skala <i>Likert</i>
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel
Tabel 4.1	Karakteristik Responden
Tabel 4.2	Deskripsi Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Tabel 4.3	Deskripsi Data Responden Berdasarkan Umur
Tabel 4.4	Deskripsi Data Responden Berdasarkan Keterangan Pengguna
Tabel 4.5	Deskripsi Data Responden Berdasarkan Jurusan
Tabel 4.6	Uji Validitas Variabel Iklan (X_1)
Tabel 4.7	Uji Validitas Variabel Citra Merek (X_2)
Tabel 4.8	Uji Validitas Variabel Harga (X_3)
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas
Tabel 4.10	Uji Normalitas
Tabel 4.11	Uji Multikolinieritas
Tabel 4.12	Uji Linieritas Persamaan 1
Tabel 4.13	Uji Heterokedastisitas
Tabel 4.14	Uji F
Tabel 4.15	Uji t
Tabel 4.16	Uji Koefisien Determinasi
Tabel 4.17	Uji Regresi Linier Berganda

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap Keputusan Pembelian

Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Hasil Jawaban Responden
- Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4 uji Reliabilitas Uji Asumsi Klasi
- Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6 Analisis Regresi Berganda