

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti Pengaruh *Brand Image*, *Variety of Selections*, dan *Product Knowledge* terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic Honda di Kabupaten Kebumen. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Kebumen yang pernah membeli sepeda motor matic Honda. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan metode *purposive sampling* dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini meliputi, uji instrumen validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis linier berganda, dan uji hipotesis, serta uji koefisien determinasi. Analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan *SPSS for windows 25*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Brand Image* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, (2) *Variety of Selections* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) *Product Knowledge* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (4) *Brand Image*, *Variety of Selections*, dan *Product Knowledge* secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci** : *Brand Image*, *Variety of Selections*, *Product Knowledge*, Keputusan Pembelian, dan Sepeda Motor Matic Honda.

## **ABSTRACT**

*This research aims to examine the influence of Brand Image, Variety of Selections, and Product Knowledge on purchase decisions for Honda automatic motorbikes in Kebumen Regency. The population in this study were people from Kebumen Regency who had purchased a Honda automatic motorbike. The sample in this study consisted of 100 respondents using a purposive sampling method and using a questionnaire as a data collection tool. Data analysis techniques used in this research include instrument validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear analysis tests, and hypothesis tests, as well as coefficient of determination tests. Data analysis was carried out using SPSS for Windows 25. The research results showed that: (1) Brand Image has no effect on purchase decisions, (2) Variety of Selections has a significant influence on purchase decisions, (3) Product Knowledge has a significant influence on purchase decisions, (4) Brand Image, Variety of Selections, and Product Knowledge together have a significant influence on purchase decisions.*

*Keywords : Brand Image, Variety of Selections, Product Knowledge, Purchase Decision, and Honda Automatic Motorbikes.*

## HALAMAN MOTTO

*“Allah SWT tidak akan membebani seseorang, melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”*

(Q.S Al-Baqarah:286)

*“Sura dira jyaningrat, lebur dening pangastuti. Segala angkara murka akan kalah oleh kebaikan.”*

(Sunan Kalijaga)

*“Pengalaman tanpa teori itu buta, tetapi teori tanpa pengalaman hanyalah sebuah permainan kecerdasan.”*

(Immanuel Kant)

*“Cobalah dulu, baru cerita. Pahami dulu, baru menjawab. Pikirlah dulu, baru berkata. Dengarlah dulu, baru menilai. Bekerjalah dulu, baru berharap.”*

(Socrates)

*“Hidup yang tidak dipertaruhkan tidak akan pernah dimenangkan, dan untuk memulai hal yang baru, mencoba sesuatu yang lain, memang terkadang kita harus berani mempertaruhkan apa yang kita punya.”*

(Najwa Shihab)

*“Lokasi lahir boleh dimana saja, tetapi lokasi mimpi harus dilangit.”*

(Anies Baswedan)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah dengan rasa syukur kepada Allah SWT, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua yaitu Bapak Nur Kholik dan Ibu Lilis Agustina. Beliaulah yang selalu menjadi motivator dengan segala ketegasan dan kedisiplinan yang mendorong semangat penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas doa dan dukungan yang selalu dipanjatkan, sehingga mampu memberikan kelancaran dalam mengerjakan skripsi.
2. Kakak Penulis yaitu Neneng Septian. Beliau telah mendahului penulis menjadi alumni Universitas Putra Bangsa. Sehingga menjadi teladan penulis dan panutan untuk menyelesaikan perkuliahan.
3. Adik Penulis yaitu Lindhan Maheza dan Rizky Wulan Sandy. Semoga menjadi energi positif yang mampu menumbuhkan semangat dan niat untuk menggapai cita-cita yang hebat.
4. Ibu Susi Astuti, S.E., M.Ak., Ak., CA., ACPA selaku dosen pembimbing yang telah memberikan petunjuk, arahan, dan keikhlasan ilmu yang telah diberikan dari awal hingga selesainya penulisan skripsi ini.
5. Rekan-rekan seperjuangan yaitu Aldi Firmansyah, Bayu Aji Sasongko, Cica Kurnia Rimadani, Fajar Robby Mahat Manto, Geofani Edwin Anas, Julian Sapta Praditya, Naufal Al Ghani, dan Vivin Mu'alifah yang telah memberikan warna-warni yang mengesankan selama perkuliahan.
6. Pribadi Penulis yaitu Alan Dwi Septian. Rasa syukur atas nikmat sehat Allah SWT yang luar biasa mampu mengantarkan penulis menyelesaikan skripsi.

Rasa tanggung jawab yang besar untuk melawan rasa malas juga menjadi apresiasi besar bagi diri penulis.



## KATA PENGANTAR

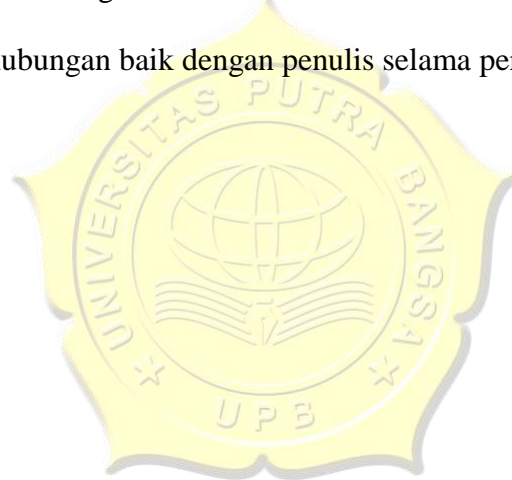
Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kelimpahan-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand Image*, *Variety of Selections*, dan *Product Knowledge* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Honda Di Kabupaten Kebumen”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata-1 (S1) pada program Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapatkan pada perkuliahan khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segala kemampuan terbaiknya yang memanfaatkan teori dan beberapa literatur sebagai sumber. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kekurangan yang perlu diperbaiki.

Selama penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh arahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Putra Bangsa .
2. Bapak Parmin, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa.

3. Ibu Susi Astuti, S.E., M.Ak., Ak., CA., ACPA selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, petunjuk, dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Orang tua penulis yang selalu memanjatkan doa dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan perkuliahan.
5. Masyarakat Kabupaten Kebumen yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk dijadikan sebagai responden penelitian.
6. Pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi
7. Rekan-rekan dari kalangan civitas akademik Universitas Putra Bangsa yang telah menjalin hubungan baik dengan penulis selama perkuliahan.



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAKSI.....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Manfaat Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	16
2.1 Tinjauan Teori.....	16
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	16
2.1.2 <i>Brand Image</i> .....	22
2.1.3 <i>Variety Of Selections</i> .....	25
2.1.4 <i>Product Knowledge</i> .....	28
2.2 Penelitian Terdahulu.....	30



2.3 Hubungan Antar Variabel .....	39
2.4 Model Empiris.....	42
2.5 Hipotesis .....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>44</b>
3.1 Objek dan Subjek Penelitian.....	44
3.2 Variabel Penelitian.....	44
3.3 Definisi Operasional Variabel .....	45
3.4 Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	49
3.5 Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	51
3.5.1 Jenis Data.....	51
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.6 Populasi dan Sampel.....	53
3.6.1 Populasi.....	53
3.6.2 Sampel .....	53
3.7 Teknik Analisis .....	55
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	55
3.7.2 Analisis Statistika .....	55
3.8 Analisis Data .....	56
3.8.1 Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas.....	56
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	58
3.8.3 Uji Analisis Linier Berganda .....	61
3.8.4 Uji Hipotesis .....	62
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>66</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	66
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	66

4.1.2 Profil Perusahaan .....	67
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan .....	68
4.2 Analisis Deskriptif .....	68
4.2.1 Karakteristik Responden.....	68
4.3 Analisis Statistik.....	71
4.3.1 Uji Validitas .....	71
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	75
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	76
4.3.4 Uji Analisis Linier Berganda .....	81
4.3.5 Uji Hipotesis .....	83
4.4 Pembahasan .....	89
4.4.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	89
4.4.2 Pengaruh <i>Variety of Selections</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	90
4.4.3 Pengaruh <i>Product Knowledge</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	91
4.4.4 Pengaruh <i>Brand Image, Variety of Selections, dan Product Knowledge</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	92
BAB V SIMPULAN .....	94
5.1 Simpulan .....	94
5.2 Keterbatasan .....	96
5.3 Implikasi .....	97
5.3.1 Implikasi Praktis .....	97
5.3.2 Implikasi Teoritis.....	99
DAFTAR PUSTAKA .....	101
LAMPIRAN.....	106

## DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Data Penjualan Sepeda Motor Berdasarkan Merek Per Oktober 2023 ...	3
Tabel I-2 Data Persentase Penjualan Sepeda Motor Berdasarkan Jenis Per Agustus 2023.....	4
Tabel I-3 Top Brand Index Sepeda Motor Matic 2023.....	4
Tabel I-4 Hasil Observasi Responden.....	6
Tabel II-1 Penelitian Terdahulu .....	35
Tabel III-1 Distribusi Indikator <i>Brand Image</i> .....	46
Tabel III-2 Distribusi Indikator <i>Variety Of Selection</i> .....	47
Tabel III-3 Distribusi Indikator <i>Product Knowledge</i> .....	48
Tabel III-4 Distribusi Indikator Keputusan Pembelian.....	49
Tabel IV-1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
Tabel IV-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	69
Tabel IV-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	70
Tabel IV-4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	71
Tabel IV-5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> .....	73
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Variety of Selections</i> .....	74
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Product Knowledge</i> .....	74
Tabel IV-8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	75
Tabel IV-9 Hasil Uji Reliabilitas .....	76
Tabel IV-10 Hasil Uji Multikolinearitas .....	79
Tabel IV-11 Hasil Uji Analisis Linier Berganda.....	81
Tabel IV-12 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	84
Tabel IV-13 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	87
Tabel IV-14 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	88

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I-1 Data Penjualan Sepeda Motor di Indonesia Per Agustus 2023 .....	2
Gambar II-1 Kerangka Teoritis.....	43
Gambar IV-1 Hasil Uji Normalitas .....	77
Gambar IV-2 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	80



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian**
- Lampiran 2 : Data Responden**
- Lampiran 3 : Tabulasi Data Kuesioner**
- Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas**
- Lampiran 5 : Hasil Uji Reliabilitas**
- Lampiran 6 : Hasil Uji Asumsi Klasik**
- Lampiran 7 : Hasil Uji Analisis Linier Berganda**
- Lampiran 8 : Hasil Uji Hipotesis**
- Lampiran 9 : Tabel R**
- Lampiran 10 : Tabel t**
- Lampiran 11 : Tabel F**
- Lampiran 12 : Kartu Bimbingan Skripsi**
- Lampiran 13 : Kartu Seminar Proposal**

