

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEUNGGULAN BERSAING
TERHADAP CITRA MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Konsumen Dealer Kawasaki Sentral Wonosari)**

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND COMPETITIVE
ADVANTAGE ON BRAND IMAGE AND PURCHASING DECISION
(Study on Dealer Consumers Kawasaki Sentral Wonosari)***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh

AGUS YUDHA MAHARDIKA
20150410280

**PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
TAHUN 2019**

MOTTO

*“JIKA KAMU BENAR MENGINGINKAN SESUATU, KAMU AKAN
MENEMUKAN CARANYA. NAMUN JIKA TAK SERIUS KAU HANYA AKAN
MENEMUKAN ALASAN.”*

*“BERTAQWALAH KEPADA ALLAH, MAKA DIA AKAN MEMBIMBINGMU.
SESUNGGUHNYA ALLAH MENGETAHUI SEGALA SESUATU”
(QS. AL-BAQARAH: 282)*

*“SESUNGGUHNYA ALLAH TIDAK AKAN MENGUBAH
KEADAAN SUATU KAUM SEBELUM
MEREKA MENGUBAH KEADAAN DIRI MEREKA SENDIRI”
(QS. AR-RA'D:11)*

PERSEMBAHAN

Karya tulis skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua yang selalu memberikan jasanya, doa dan semangat kepada penulis.
2. Saudara-saudari penulis yang memberikan semangat dan arahan dalam menyelesaikan skripsi kepada penulis.
3. Teman-teman penulis yang selalu menemani dan mendukung penulis hingga saat ini.
4. Dosen pembimbing skripsi yang senantiasa sabar dalam membimbing penulis hingga terselesaikannya tugas akhir skripsi ini.
5. Seluruh keluarga besar akademisi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah menjadi bagian dari keluarga besar dalam hidup penulis.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antar variabel kualitas produk dan keunggulan bersaing terhadap citra merek, kualitas produk dan keunggulan bersaing terhadap keputusan pembelian, citra merek terhadap keputusan pembelian dan kualitas produk, keunggulan bersaing terhadap keputusan pembelian melalui citra merek sebagai variabel *intervening*.

Penelitian ini dilakukan pada Dealer Kawasaki Sentral Wonosari dengan jumlah sampel 124 responden dengan teknik *purposive sampling non random sampling* dengan metode *Structural Equation Modelling* yang diolah menggunakan program AMOS 23.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap citra merek, keunggulan bersaing berpengaruh terhadap citra merek, citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, keunggulan bersaing berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui citra merek sebagai variabel *intervening* dan keunggulan bersaing tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui citra merek sebagai variabel *intervening*.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Keunggulan Bersaing, Citra Merek, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product quality variables and competitive advantages on brand image, product quality and competitive advantage against purchasing decisions, brand image of purchasing decisions and product quality, competitive advantage against purchasing decisions through brand image as an intervening variable.

This research was conducted at the Wonosari Central Kawasaki Dealer with a sample of 124 respondents with a nonrandom sampling purposive sampling technique using the Structural Equation Modeling method which was processed using the AMOS 23.0 program.

The results of this study indicate that product quality has an effect on brand image, competitive advantage has an effect on brand image, brand image has no effect on purchasing decisions, product quality influences purchasing decisions, competitive advantage influences purchasing decisions, product quality does not affect brand purchasing decisions image as an intervening variable and competitive advantage does not affect purchasing decisions through brand image as an intervening variable.

Keywords: Product Quality, Competitive Advantage, Brand Image, Purchasing Decision.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan mengucapkan Puji dan Syukur atas kehadiran Allah subhanahu wa ta'alayang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan pembuatan laporan penelitian skripsi dengan judul :

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEUNGGULAN BERSAING
TERHADAP CITRA MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN”
(Studi Pada Konsumen Dealer Kawasaki Sentral Wonosari)**

Dalam penyusunan penulisan skripsi ini penulis telah berusaha sebaik-baiknya, akan tetapi dikarenakan keterbatasan penulis, maka penulis memohon maaf apabila terdapat kekurangan dalam karya tulis skripsi ini, baik dalam susunan kata, kalimat maupun sistematika pembahasan yang terdapat pada skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi pembaca pada semuanya.

Selayaknya sebuah penelitian, pasti selalu ada perkembangan dan modifikasi yang terus berubah di pada tiap masanya maka karya tulis skripsi ini juga membutuhkan pengembangan apabila sekiranya terdapat hal-hal baru yang lebih baik untuk ditambahkan.

Terwujudnya skripsi ini juga tidak lepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan izin penulis untuk menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Rizal Yaya, Ph.D., M.Sc., AK., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memimpin fakultas tempat penulis menuntut ilmu.
3. Ibu Dra. Retno Widowati, PA, M.Si, Ph.D, selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memimpin prodi tempat penulis menuntut ilmu.
4. Dr. Susanto.,MS selaku Dosen pembimbing skripsi yang selalu sabar dalam membimbing penulis.
5. Segenap Dosen Pengajar di Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah menjadi guru tempat penulis menuntut ilmu.

6. Staff Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah berjasa menyelenggarakan program yang ada di staff prodi Manajemen.
7. Staff Laboratorium Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
yang telah berjasa menyelenggarakan program yang ada di laboratorium prodi Manajemen.
8. Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah berjasa menyelenggarakan dan membantu terkait penyelenggaraan perkuliahan penulis.
9. Seluruh rekan mahasiswa/i Program Studi Manajemen 2015, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang selalu mendukung selama masa perkuliahan maupun proses pembuatan skripsi berlangsung.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis, yang pastinya tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan tambahan ilmu kepada para pembaca. Semoga pihak-pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini dapat dibalas dengan banyak-banyak kebaikan. Amin ya Rabbal'alam.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 16 Maret 2019

Penulis

Agus Yudha Mahardika

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
1. Manfaat praktis.....	5
2. Manfaat teoritis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori.....	7
1. Kualitas Produk	7
2. Keunggulan Bersaing	8
3. Citra Merek	9
4. Keputusan Pembelian	11
B. Hasil Penelitian Terdahulu	13
C. Penurunan Hipotesis.....	17
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Citra Merek.....	17
2. Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Citra Merek.....	18
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	19
4. Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Keputusan Pembelian.....	20

5. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	21
D. Model Penelitian	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Objek dan Subjek Penelitian	23
1. Objek Penelitian	23
2. Subjek penelitian	23
B. Jenis Data	24
C. Teknik Pengambilan Sampel	24
D. Teknik Pengumpulan Data	25
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	27
F. Uji Kualitas Instrumen dan Data	29
G. Uji Hipotesis dan Analisa Data	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
A. Gambaran Umum Obyek dan Subyek Penelitian	35
1. Obyek penelitian.....	35
2. Subyek penelitian	36
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data	40
1. Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA).....	40
2. Uji Reliabilitas.....	44
3. Kesimpulan uji instrumen.....	47
C. Hasil Penelitian	48
D. Pembahasan.....	64
1. Kualitas Produk terhadap Citra Merek.....	64
2. Keunggulan Bersaing terhadap Citra Merek.....	65
3. Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	66
4. Keunggulan Bersaing terhadap Keputusan Pembelian.....	65
5. Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	65
6. Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek	67
7. Keunggulan Bersaing terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek	68
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN	71
A. Simpulan	71

B. Keterbatasan Penelitian	72
C. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	74

DAFTAR TABEL

2.1	Penelitian Terdahulu.....	13
3.1	Skala Kuesioner.....	27
3.2	Definisi Variabel dan Indikator.....	28
3.3	<i>Goodness of fit</i>	35
4.1.	Jenis Kelamin Responden.....	38
4.2.	Usia Responden.....	39
4.3.	Status pekerjaan responden.....	40
4.4	Lama Menggunakan Produk.....	41
4.5.	Hasil CFA Kualitas Produk.....	43
4.6.	Hasil CFA Keunggulan Bersaing.....	44
4.7.	Hasil CFA Citra Merek Pertama.....	44
4.8.	Hasil CFA Citra Merek Kedua.....	45
4.9.	Hasil CFA Keputusan Pembelian Pertama.....	46
4.10.	Hasil CFA Keputusan PembelianKedua.....	47
4.11.	Hasil Reliabilitas Kualitas Produk.....	47
4.12.	Hasil Reliabilitas Keunggulan Bersaing.....	48
4.13.	Hasil Reliabilitas Brand Image.....	49
4.14.	Hasil Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	49
4.15.	Perhitungan <i>Degrees of Freedom</i>	54
4.16.	Penilaian Normalitas Data.....	56
4.17.	Pengamatan Data <i>Outliers</i>	57
4.18.	<i>Goodness of Fit Index</i>	60
4.19.	Hasil <i>Output Regression Weight</i>	62
4.20.	Hasil Uji Hipotesis.....	65

DAFTAR GAMBAR

2.1.	Model Penelitian.....	22
4.1.	Pemodelan SEM.....	52
4.2.	Output Model Diagram Jalur.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

1.	Kuesioner Penelitian.....	77
2.	Tabulasi Data Penelitian.....	81
3.	Karakteristik Responden.....	88
4.	Hasil Reliabilitas.....	90
5.	Hasil Uji <i>Goodness of fit</i>	92
6.	Hasil Uji Hipotesis.....	94