

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN  
CITRA MEREK YANG DIMEDIASI OLEH KEPERCAYAAN  
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR  
MEREK HONDA DI KOTA PAYAKUMBUH**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program  
Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



**Diajukan Oleh:**

**INDAH EKA PUTRI**

**1510552019**

**Pembimbing:**

**Jauharry, SE., MM**

**NIP. 197806022009121001**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ANDALAS  
KAMPUS II PAYAKUMBUH**

**2019**



No Alumni Universitas	<b>INDAH EKA PUTRI</b>	No Alumni Fakultas
a)Tempat/Tgl Lahir: Jember/24 Maret 1997 b) Nama Orang Tua: Herman dan Feni Hendra c) Fakultas: Ekonomi Kampus II Payakumbuh. d) Jurusan: Manajemen e) No.BP : 1510552019 f) Tanggal Lulus : 8 Januari 2019 g) Predikat Lulus : Sangat Memuaskan h) IPK : 3,52 i) Lama Studi: 3 tahun 5 bulan j) Alamat Orang Tua : Jln. Patimura Perm. Kembar Lentari Blok AD.04, Kota Jambi		

**Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek yang Dimediasi oleh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda di Kota Payakumbuh**

*Skripsi oleh : INDAH EKA PUTRI*

*Pembimbing : Jauharry SE,MM*

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis serta mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek yang Dimediasi oleh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor merek Honda di Kota Payakumbuh. Ukuran sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 responden, teknik sampel adalah *purposive sampling*, dengan teknik analisis data *Structural Equation Modelling – Partial Least Square (SEM-PLS)*. Hasil dari penelitian ini adalah Kualitas Produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Persepsi Harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Citra Merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kepercayaan Konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kualitas Produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen. Persepsi Harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen. Citra Merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen. Kualitas Produk yang dimediasi oleh Kepercayaan Konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Persepsi Harga yang dimediasi oleh Kepercayaan Konsumen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Citra Merek yang dimediasi oleh Kepercayaan Konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang pengujian dan dinyatakan lulus pada tanggal 8 Januari 2019. Abstrak telah disetujui oleh

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Jauharry, S.E., M.M NIP. 197806022009121001	Erizal N. S.E., M.M NIP. 196610181993031001	Faisal Ali Ahmad, S.P., M.Si NIP. 197905132006041014

Mengetahui,

Koordinator

FEUA II Payakumbuh :

Lukman, SE, M.Si  
NIP.196411231993031003

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan mendapat Nomor Alumnus

	Petugas Fakultas /Universitas Andalas
No.Alumni Fakultas	Nama
No.Alumni Universitas	Nama