

**ANALISIS PENGARUH IKLAN, CITRA MEREK DAN DESAIN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA  
(Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Kragilan Gantiwarno Klaten)**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Jurusan manajemen

PEMINATAN

**MANAJEMEN PEMASARAN**



Diajukan Oleh:

**AGAM ARIYANTO**

NIM : 1621100013

**FAKULTAS EKONOMI DAN PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS WIDYA DHARMA KLATEN  
FEBRUARI 2023**

**ANALISIS PENGARUH IKLAN CITRA MEREK DAN DESAIN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA  
(Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Kragilan Gantiwarno Klaten)**

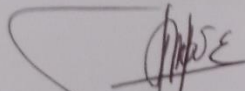
**Diajukan Oleh :**

**Agam Ariyanto**

**1621100013**

Telah disetujui pembimbing untuk dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi  
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Psikologi  
Universitas Widya Dharma Klaten  
Pada tanggal .....

Pembimbing Utama



Dr. Anis Marjukah, SE., MM  
NIK. 690 994 143

Pembimbing Pendamping



Dr. Arif Julianto SN, SE., M.Si  
NIK. 690 301 250

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen



H. Abdul Haris, SE., M.M., M.Pd  
NIK. 690 098 194

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH IKLAN, CITRA MEREK DAN DESAIN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA  
(Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Kragilan Gantiwarno Klaten)

Diajukan Oleh:


**AGAM ARIYANTO**

1621100013

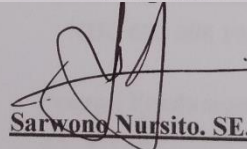
Telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas  
Ekonomi dan Psikolog Universitas Widya Dharma dan Diterima sebagian persyaratan  
memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Pada tanggal.....

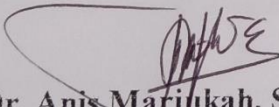
Ketua

  
H. Abdul Haris, S.E, M.M, M.Pd  
NIK. 690 098 194

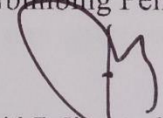
Sekretaris

  
Sarwono Nursito, SE, M.Sc  
NIP.195761215 200501 1 001

Pembimbing Utama

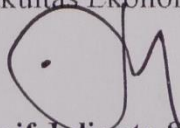
  
Dr. Anis Marjulah, S.E, MM  
NIK. 690 994 143

Pembimbing Pendamping

  
Dr. Arif Julianto SN, SE, MSi  
NIK. 690 301 250

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Psikologi

  
Dr. Arif Julianto SN, SE, MSi

## SURAT PERNYATAAN

Nama : Agam Ariyanto

NIM : 1621100013

Jurusan : Manajemen

Permintaan : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul “Analisis Pengaruh Iklan, Citra Merek dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha” adalah betul-betul karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi ini diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh atas skripsi tersebut.

Klaten, Februari 2023



## MOTTO

*“teman-temanmu yang akan menompang ketidakmampuan, dan mencegah dari hal bodoh yang mungkin akan kau lakukan”*

*(Uchiha Itachi)*

*“untuk mencapai tujuan akhirmu, kamu harus bersabar”*

*(Tobi)*

*“takdir setiap manusia memang telah ditentukan sejak mereka lahir, tetapi dengan kerja keras kita dapat mengalahkan takdir”*

*(Naruto Uzumaki)*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segenap rasa cinta dan syukur, skripsi ini saya persembahkan kepada:

- ❖ Tuhan Yang Maha Esa ALLAH SWT, atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi terselesaikan. Puji syukur dan Salam selalu terlimpahkan atas karunia & rahmat-Nya.
- ❖ Orang tua ku tercinta, Bapak **Sriyanto** dan Ibu **Suyanti**, terima kasih untuk kasih sayang, bimbingan, dukungan dan doa selama ini. Maaf bila selama ini aku hanya menjadi anak yang banyak memberi kesusahan dan sering menguras air mata kalian. Ini untuk kalian, sebagai tanda bukti, hormat dan rasa terima kasih yang setinggi-tingginya saya persembahkan karya kecil ini kepada bapak dan ibu yang telah memberikan doa, kasih sayang, segala dukungannya dan cinta kasih yang tiada hentinya.
- ❖ Untuk kakakku **Indah Fitriyani** yang selalu memberi semangat dan yang pinter, makasih dukungannya.
- ❖ Sahabat-sahabat terbaik ku (Muhammad Sobari, Anggoro T, Angga K. Joko S, Muhammad Bayu, Shinta, Yalen) makasih solidaritas selama 4 tahun ini, serta segenap teman-teman Manajemen A 2016.
- ❖ Seluruh Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi, terima kasih untuk semua ilmu, didikan dan pengalaman yang sangat berarti yang telah kalian berikan kepada kami.

## **KATA PENGANTAR**

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillahirabbil 'alamin, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran ALLAH SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Analisis Pengaruh Iklan, Citra Merek Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha”. Hanya dengan kekuatan yang diberikan oleh ALLAH SWT, penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini guna memberikan wacana atas tanggung jawab sosial perubahan.

Skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. DR.H. Triyono, M.Pd. selaku rektor Universitas Widya Dharma Klaten.
2. Dr. Sutrisno Badri, M.Sc. selaku dekan fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten.
3. H. Abdul Haris, SE, M.M., M.Pd. selaku ketua jurusan S1 Manajemen fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten.
4. Hj. Anis Marjukah, S, E. MM. Selaku pembimbing I skripsi yang selalu berusaha meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan arahan serta petunjuk bagi penulis.

5. Arif Julianto SN, S.E., M, Si. Selaku pembimbing II skripsi yang selalu berusaha meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan arahan serta petunjuk bagi penulis.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi beserta petugas perpustakaan pusat Universitas Widya Dharma Klaten.
7. Kedua orang tuaku yang telah banyak memberikan perhatian, doa, dan nasehatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan lancar.
8. Kakakku dan seluruh keluarga besarku yang telah banyak memberikan perhatian, doa, dan nasehatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan lancar.
9. Semua teman-teman angkatan 2016, yang telah memberikan masukan, dukungan serta bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati semoga ALLAH SWT senantiasa memberikan rahmatnya kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan ketidakkesempurnaan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu masukan, saran dan kritikan dari pembaca sangat penulis harapkan untuk perbaikan penelitian ini.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Klaten, Februari 2023

Yang menyatakan,

Agam Ariyanto



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	
HALAMAN PERSERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
ABSTRAK .....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang .....	1
B. Alasan Pemilihan Judul .....	4

C. Penegasan Judul .....	4
D. Pembatasan Masalah .....	5
E. Rumusan Masalah .....	5
F. Tujuan Penelitian .....	6
G. Manfaat Penelitian .....	6
H. Sistematika Penulisan .....	7

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Pemasaran .....	9
B. Iklan .....	10
C. Citra Merek .....	11
D. Desain .....	13
E. Keputusan Pembelian .....	15
F. Penelitian Terdahulu .....	17
G. Kerangka Berpikir .....	20
H. Hipotesis .....	21

## BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi Dan Objek Penelitian .....	21
B. Teknik Pengumpulan Data .....	21
C. Jenis Dan Sumber Data .....	22
D. Populasi Dan Sampel .....	23

E. Variabel Penelitian .....	24
F. Teknik Pengolahan .....	25
G. Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	26
H. Teknik Analisis Data .....	27

#### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Identifikasi Responden .....	30
B. Uji Instrumen Penelitian .....	33
C. Analisis Data .....	38

#### BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan .....	46
B. Saran .....	48

#### DAFTAR PUSTAKA

#### LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	31
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia .....	31
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	32
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendidikan .....	33
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Iklan .....	34
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek .....	35
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Desain .....	36
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	36
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas .....	37
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	38
Tabel 4.11 Hasil Uji t .....	40
Tabel 4.12 Hasil Uji F .....	44
Tabel 4.13 Uji Determinan .....	45

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	19
Gambar 4.1 Hasil Analisis Uji t Iklan .....	41
Gambar 4.2 Hasil Analisis Uji t Citra Merek .....	42
Gambar 4.3 Hasil Analisis Uji t Desain .....	43
Gambar 4.4 Hasil Analisis Uji f .....	44

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Tabulasi Data Skor Angket Variabel Ikan

Lampiran 3 : Tabulasi Data Skor Angket Variabel Citra Merek

Lampiran 4 : Tabulasi Data Skor Angket Variabel Desain

Lampiran 5 : Tabulasi Data Skor Angket Variabel Keputusan Pembelian

Lampiran 6 : Hasil Uji Korelasi

Lampiran 7 : Koefisien Determinan

Lampiran 8 : Uji F

Lampiran 9 : Uji Regresi Linier Berganda Dan Uji t

Lampiran 10 : Uji Reliabilitas

Lampiran 11 : Uji Validitas

Lampiran 12 : Dokumentasi

## ABSTRAK

**AGAM ARIYANTO NIM 1621100013**, Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Widya Dharma Klaten, Skripsi “**ANALISIS PENGARUH IKLAN CITRA MEREK DAN DESAIN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA DI DESA KRAGILAN, GANTIWARNO KLATEN**”.

Latar belakang dari penelitian ini adalah Pada era globalisasi saat ini dunia usaha berkembang dengan sangat pesat, salah satunya bisnis di bidang otomotif. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat.

Tujuan penelitian ini adalah untuk: 1) Untuk menguji pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha. 2) Untuk menguji pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha. 3) Untuk menguji pengaruh desain terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha. 4) Untuk menguji pengaruh iklan, citra merek, dan desain secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Untuk pengumpulan data dengan observasi, wawancara, kuesioner, penelitian kepustakaan (*library research*). Objek dalam penelitian ini masyarakat desa Kragilan, yang diambil sebanyak 60 responden. Variabel dalam penelitian ini ada tiga variabel bebas yaitu Iklan (X1), Citra Merek (X2), Desain (X3) dan variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y), Teknis analisis data dengan Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  (9,558) lebih besar dari  $F_{tabel}$  (2,766). Sedangkan signifikan (0,000) kurang dari alpha pada taraf 5% atau 0,05. Sehingga ada pengaruh yang signifikan antara iklan, citra merek, dan desain terhadap keputusan pembelian secara simultan diterima.

Kata kunci: Iklan, Citra Merek, Desain dan Keputusan Pembelian

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada era globalisasi saat ini dunia usaha berkembang dengan sangat pesat, salah satunya bisnis di bidang otomotif. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikannya dapat berkembang dengan baik. Pelaku usaha dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya dan dapat bertahan dalam bersaing di pasar.

Keputusan pembelian konsumen merupakan sebuah tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk. Setiap produsen pasti menjalankan berbagai strategi agar konsumen memutuskan untuk membeli produknya. Menurut Kotler (2002) keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam



melakukan pembelian suatu produk atau jasa biasanya konsumen selalu mempertimbangkan iklan, citra merek, dan desain.

Kemajuan teknologi saat ini berlangsung demikian pesatnya, sehingga para ahli menyebut gejala ini sebagai revolusi. Sekalipun kemajuan tersebut masih dalam perjalanannya namun sejak sekarang sudah dapat diperkirakan terjadinya berbagai perubahan di bidang komunikasi maupun bidang kehidupan, lain yang berhubungan salah satu bentuk teknologi informasi yang dapat dinikmati oleh berbagai kalangan media televisi. Perkembangan dunia televisi di Indonesia menunjukkan perkembangan yang luar biasa. Perkembangan seperti itu tidak terlepas dari dukungan dana yang besar. Demikian juga sumber terbesar untuk mendapatkan dana tersebut, tidak dapat dilepaskan dari dunia iklan.

Citra merek (*brand image*) suatu produk merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Pengaruh citra merek suatu produk berhubungan dengan keyakinan dan preferensi konsumen terhadap suatu merek produk. Konsumen yang memiliki citra positif terhadap suatu merek tersebut akan lebih memungkinkan konsumen tersebut untuk melakukan pembelian ulang dari produk-produk yang dihasilkan dari merek perusahaan tersebut. Variabel-variabel yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk, diantaranya adalah seperti dari iklan dan citra merek (*brand image*) suatu produk, sehingga konsumen akan tetap loyal terhadap produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut.

Desain adalah suatu sistem yang berlaku untuk segala jenis perancangan yang mana titik beratnya dilakukan dengan melihat segala sesuatu persoalan tidak secara terpisah atau tersendiri, namun sebagai suatu kesatuan dimana satu masalah dengan lainnya saling terkait. Disisi lain, desain juga diartikan sebagai perencanaan dalam pembuatan sebuah objek, sistem, komponen atau struktur.

Secara umum, definisi desain adalah bentuk rumusan dari proses pemikiran pertimbangan dan perhitungan dari perancangan yang dituangkan dalam wujud gambar. Namun disisi lain desain juga dapat didefinisikan secara khusus, dimana desain adalah sesuatu yang berkaitan dengan kegunaan atau fungsi benda dan ketetapan pemilihan bahan serta memperhatikan segi ketangguhan segi aerodinamis. Dipatok dengan cara yang kompetitif, antara pebisnis atau dengan yang lainnya tidak boleh menggunakan cara-cara yang saling merugikan.

Salah satu hal yang dilihat oleh konsumen untuk melakukan penilaian terhadap motor Yamaha adalah performa. Ketika sebuah motor mampu memiliki performa yang baik dan mumpuni, tidak diragukan lagi banyak konsumen yang jatuh hati dan kecepatan motor Yamaha juga mengesankan tidak hanya itu saja penggunaan bahan bakar yang lebih optimal yang tidak boros inilah yang menjadikan Yamaha tetap eksis di masyarakat. Yamaha Mataram Sakti merupakan salah satu dealer motor yang menjual beberapa macam-macam kendaraan motor, khususnya merek Yamaha. Yamaha Mataram Sakti ini mempunyai beberapa cabang dealer, termasuk dealer Yamaha Mataram Sakti ini berada di Jl Yogyakarta-Solo Ngaran Rt 3/3, Sumber Lor, Mlese, Kec. Ceper, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah 57465.

Dari uraian latar belakang diatas, maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian yang bertopik dengan Manajemen Pemasaran yang berjudul “**ANALISIS PENGARUH IKLAN CITRA MEREK DAN DESAIN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA**”

## **B. Alasan Pemilihan Judul**

### 1. Alasan Subjektif

- a) Relatif belum banyak penelitian tentang pengaruh iklan citra merek dan desain terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Yamaha.
- b) Untuk mengetahui persepsi konsumen mengenai iklan citra merek dan desain terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Yamaha.

### 2. Alasan Objektif

- a. Menghemat waktu, tenaga dan biaya karena lokasi penelitian mudah terjangkau terkait akses responden.
- b. Penelitian ini dilakukan untuk menyelesaikan studi S1.

## **C. Penegasan Judul**

Sebelum melakukan penelitian, terlebih dahulu peneliti harus mengetahui maksud arti penelitian. Dengan mengetahui konsep penelitian diharapkan tidak terjadi kekeliruan dalam pemecahan masalah. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Iklan

Suatu bentuk informasi yang dilakukan oleh seorang lembaga yang isinya berupa pesan yang menarik tentang sebuah produk atau jasa.

2. Citra merek

Penilaian konsumen terhadap merek tersebut dalam sebuah pasar.

3. Desain

Langkah awal sebelum membuat suatu benda baik itu baju, furnitur, bangunan, dan sebagainya.

4. Keputusan pembelian.

Keputusan pembelian adalah suatu tindakan konsumen untuk membentuk refensi diantara merek-merek dalam kelompok pilihan dan membeli produk yang paling disukai.

#### **D. Pembatasan masalah**

Permasalahan yang akan penulis teliti ini akan menjadi kabur maknanya tanpa adanya pembatas masalah yang mendasarinya. Adapun permasalahan yang penulis ajukan dibatasi pada pengaruh iklan, citra merek dan desain terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha pada Masyarakat Kragilan, Gantiwarno, Klaten.

#### **E. Rumusan masalah**

Dari uraian di atas maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha?
2. Apakah Citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha?
3. Apakah Desain berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha?
4. Apakah Iklan, Citra merek dan Desain berpengaruh secara simultan terhadap pembelian sepeda motor Yamaha?

#### **F. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menguji pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha.
2. Untuk menguji pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha.
3. Untuk menguji pengaruh desain terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha.
4. Untuk menguji pengaruh iklan, citra merek, dan desain secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha.

#### **G. Manfaat Penelitian**

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesempatan untuk menerapkan disiplin ilmu yang telah dipelajari selama masa perkuliahan terutama tentang kegiatan pemasaran.

## 2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pemikiran dan masukan pada dealer Yamaha dan memberikan perhatian dalam hal iklan, citra merek, dan desain sehingga akan berdampak pada kepuasan konsumen.

## 3. Bagi Pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan agar dapat digunakan sebagai referensi untuk suatu penelitian dan tambahan pengetahuan serta memberikan masukan yang dapat digunakan sebagai bahan pembandingan bagi penelitian selanjutnya.

## **H. Sistematika Penulisan**

Penyusunan penelitian ini terdiri dari lima bab masing-masing bab dibagi menjadi beberapa sub bab. Kelima bab tersebut berisi:

### **BAB I. PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, alasan pemilihan judul, penegasan judul, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis dan sistematika penulisan.

### **BAB II. TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini meliputi pengertian pemasaran, iklan tinjauan tentang citra merek, tinjauan tentang desain dan keputusan pembelian.

### **BAB III. METODE PENELITIAN**

Pada bab ini berisi tentang metode penelitian, teknik analisis data serta gambaran umum objek penelitian.

### **BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini akan dianalisis pengaruh iklan, citra merek, dan desain terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha pada masyarakat Desa Kragilan, Gantiwarno, Klaten.

### **BAB V. SIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini menguraikan tentang kesimpulan hasil penelitian dan memberikan beberapa saran untuk dijadikan masukan bagi yang bersangkutan.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dari pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Desain terhadap keputusan pembelian di Desa Kragilan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis kualitatif disimpulkan sebagian responden penelitian ini berusia 20-30 tahun.
2. Berdasarkan analisis linier berganda dihasilkan persamaan regresi linier berganda yaitu  $Y=1,719Y + 0,189X_1 + 0,248X_2 + 0,441X_3$ , menunjukkan bahwa konstanta dalam pengujian ini sebesar 1,719 berarti tanpa ada iklan, citra merek, dan desain akan terjadi peningkatan keputusan pembelian sebesar 1,719 satuan keputusan pembelian demikian sebaliknya.
3. Variabel yang terdiri dari iklan, citra merek, dan desain berpengaruh signifikan. Pada variabel iklan sebesar 0,189 satuan, citra merek 0,248 satuan, dan desain 0,441 satuan dengan asumsi variabel bebasnya sama dengan nol, sehingga jika dinaikkan satu satuan maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,189 untuk iklan, 0,248 satuan untuk citra merek dan 0,441 satuan untuk desain.



4. Hasil pengujian uji t dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh signifikan antara iklan, citra merek dan desain terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha, karena  $t_{hitung} \text{ iklan} = 1,249 < t_{tabel} 2,002$ ,  $t_{hitung} \text{ citra merek} = 2,352 > 2,002$ , dan  $t_{hitung} \text{ desain} = 2,673 > t_{tabel} 2,002$ . Berdasarkan penelitian ini membuktikan bahwa desain lebih dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha, ini ditunjukkan dari tingkat signifikan pada uji t bahwa desain lebih besar dari pada iklan, dan citra merek.
5. Hasil pengujian uji F diketahui bahwa terdapat pengaruh signifikan antara iklan, citra merek dan desain terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha secara simultan, karena nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan  $F_{hitung} = 9,558$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa diterima. Yang berarti terdapat pengaruh  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  simultan terhadap  $Y$ .
6. Koefisien determinan (*Adjusted R Square*) sebesar 0,303 atau 30,3% koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase pengaruh variabel bebas iklan ( $X_1$ ), citra merek ( $X_2$ ), dan desain ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini adalah 30,3% sedangkan sisanya yaitu 69,7% dipengaruhi faktor lain yang belum diteliti.

## **B. Saran**

Berdasarkan uraian dan kesimpulan di atas, maka penelitian memberikan masukan sebagai pertimbangan perusahaan dalam mengambil kebijakan dimasa yang akan datang sebagai pertimbangan perusahaan untuk memperhatikan hal apa yang meningkatkan keputusan pembelian berdasarkan penelitian yang dilakukan yaitu:

1. Variabel iklan secara signifikan tidak terlalu meningkatkan keputusan pembelian . Diharapkan perusahaan untuk meningkatkan iklan, misalnya memberikan informasi yang relevan tentang kelengkapan fitur yang dimiliki pada sepeda motor Yamaha. Dan meningkatkan lagi keunggulan lainnya supaya mampu bersaing dengan sepeda motor merek lainya dalam kaitannya untuk kemajuan dan keberhasilan perusahaan.
2. Variabel citra merek secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan kalau bisa dipertahankan dan ditingkatkan.
3. Variabel desain sudah sesuai dan diterima oleh pelanggan, dan secara signifikan dapat meningkatkan keputusan pembelian, dan kalau bisa dipertahankan dan ditingkatkan lagi.
4. Dari hasil analisis tersebut desain mempunyai nilai pengaruh lebih dominan dibandingkan iklan dan citra merek sehingga apa bila perusahaan meningkatkan keputusan pembelian maka perusahaan harus memperhatikan ketiga faktor yang mempengaruhi tidak hanya desain saja

namun juga iklan dan citra merek guna meningkatkan keputusan pembelian yang ada dalam jumlah sampel responden.

5. Model diperluas melalui norma subjektif seperti orang tua, teman, referensi, tetangga atau yang lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker dan Biel' 1993. *Brand Equity and Advertising: Advertising's Role in Building Strong Brand*. Jakarta: Erlangga
- Aaker David.A., 1991, *manajemen Equitas Merek, Manfaatkan nilai dari suatu merek*. Jakarta : Mitra Utama
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta. Edisi Revisi V Cet. Ke-12
- Ardha Brawidha Gana, Basworo Dibyo, 2017. Pengaruh Desain, Promosi dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Air Mineral. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah:Surakarta
- Ardi Ansah, 2017. Pengaruh Desain Produk, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Original di Sport Station Solo. *Skripsi*. Universitas Islam Batik:Surakarta
- Ciceu Niar. 2019. Pengaruh Desain Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mezora. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Universitas Langlangbuana:Bandung
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Handy Arnanto, Khuzaini, 2017. Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia:Surabaya
- Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan*. Jakarta:Pustaka Utama
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran*.(2002). Jakarta: PT. Prehalindo.
- Kotler, Phillip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, jilid 2, edisi ke-8, Jakarta: Penerbit Erlangga
- Keller, Kevin Lane. 1998. *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice-hall, Inc
- Keller, L. 1998. *How to manage brand equity*. Penerbit Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

- Novi Handayani, Fitrizal dan Fitriyeni. 2012. Pengaruh Citra Merek dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio pada CV. Tjahaja Baru di Pasaman. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Universitas Negeri Yogyakarta: Yogyakarta
- Setiadi, J. Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga. Andi: Yogyakarta
- Wiyancoko, Dudy. 2010. *Desain Sepeda Motor*. Indonesia: Jakarta, KPG Kepustakaan Populer Gramedia, 014+128.
- William J Stanton. 1998. *Prinsip pemasaran*. Edisi ketujuh jilid ke satu. Jakarta: Erlangga