



**PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* DAN *BRAND EXPERIENCE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR YAMAHA MIO**

(Studi Pada Yamaha Flagship Shop (FSS) Kota Semarang)

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1

Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun :

Pascal Bohdan Gumilang

14030118130088

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Perceived Quality* dan *Brand Experience* terhadap
Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio (Studi pada Yamaha
Flagship Shop (FSS) Kota Semarang)

Nama Penyusun : Pascal Bohdan Gumilang

NIM : 14030118130088

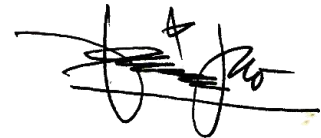
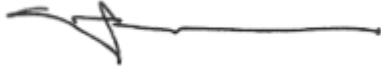
Departemen : Administrasi Bisnis

**Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan
Strata 1**

Semarang, 04 Juli 2022

Dekan

Wakil Dekan 1



Dr. Hardi Warsono, M.T.P.

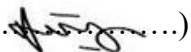
Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin.

NIP. 19640827 199001 1 001

NIP. 19690822 199403 1 003

Dosen Pembimbing

1. Dr. Sari Listyorini, S.Sos., M.AB

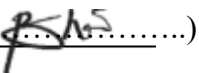
(......)

2. Dr. Drs. Ngatno M.M

(......)

Dosen Penguji

1. Bulan Prabawani, S.Sos, M.M., Ph.D.

(......)

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Pascal Bohdan Gumilang

NIM : 14030118130088

Departemen : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

**Pengaruh *Perceived Quality* dan *Brand Experience* terhadap Keputusan
Pembelian Motor Yamaha Mio (Studi pada Yamaha *Flagship Shop (FSS)*
Kota Semarang)**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 14 Juni 2022

Pembuat pernyataan,



Pascal Bohdan Gumilang

NIM. 14030118130088

**PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* DAN *BRAND EXPERIENCE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR YAMAHA MIO
(STUDI PADA YAMAHA *FLAGSHIP SHOP (FSS)* KOTA SEMARANG)**

ABSTRAK

Yamaha Mio merupakan salah produk dari Yamaha yang paling banyak diminati oleh masyarakat. Setiap *brand* memerlukan adanya elemen seperti persepsi kualitas dan pengalaman merek agar dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan survei top brand mengenai produk terbaik dikelasnya (motor *matic*) Yamaha mio masih kalah dengan kompetitornya yaitu Honda beat dan honda Vario. Dari data tersebut menunjukkan jika pengalaman konsumen terhadap yamaha mio tergolong masih kurang baik dibandingkan dengan produk kompetitornya. Selain itu, masih terdapat beberapa keluhan konsumen mengenai kualitas dari yamaha mio seperti lampu yang kurang terang, bensin yang sedikit boros, dan bantingan suspensi yang keras. Padahal *perceived quality* dapat tercapai apabila produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan dari konsumen. Maka melihat permasalahan diatas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *perceived quality* dan *brand experience* terhadap keputusan pembelian Yamaha Mio.

Adapun tipe penelitian yang digunakan yaitu *explanatory research*, jumlah sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden yang pernah melakukan pembelian yamaha mio di Yamaha *Flagshipshop* Kota Semarang selama 3 tahun terakhir dengan menggunakan teknik non probability sampling yaitu purposive sampling. Pada penelitian ini untuk membuktikan pengaruh antar variabel menggunakan berbagai uji seperti uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi sederhana dan berganda serta uji signifikan yaitu uji t dan uji F. Dalam mengolah data dalam penelitian ini menggunakan bantuan software SPSS versi 26 dengan hasil terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *perceived quality* terhadap keputusan pembelian, lalu terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel *brand experience* terhadap keputusan pembelian serta terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *perceived quality* dan *brand experience* terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh peneliti memiliki beberapa saran seperti melakukan perbaikan terhadap daya tahan mesin yamaha mio agar lebih kuat, meningkatkan performa yang dimiliki oleh yamaha mio agar tidak mudah mengalami kerusakan, menciptakan teknologi yang canggih dan terbaru pada fitur yamaha mio, serta melakukan pengembangan terhadap spesifikasi yang dimiliki oleh yamaha mio agar memiliki *output* yang berkualitas dan dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama, menciptakan konten yang menarik dan kreatif mengenai informasi yang memuat perkembangan yamaha mio dan diposting di media sosial yang dimiliki oleh Yamaha demi meningkatnya minat konsumen dalam mengikuti perkembangan yamaha mio.

Kata Kunci : *Perceived quality*, *Brand experience*, Keputusan Pembelian

**THE INFLUENCE OF PERCEIVED QUALITY AND BRAND EXPERIENCE
ON THE PURCHASE DECISION OF YAMAHA MIO MOTORCYCLES
(STUDY AT YAMAHA FLAGSHIP SHOP (FSS) SEMARANG CITY)**

ABSTRACT

Yamaha Mio is one of the most popular products from Yamaha by the public. Every brand requires elements such as perceived quality and brand experience in order to improve consumer purchasing decisions. Based on a survey of top brands regarding the best product in its class (motor matic), Yamaha Mio is still inferior to its competitors, namely Honda Beat and Honda Vario. From these data, it shows that the consumer experience of Yamaha Mio is still not good compared to its competitors' products. In addition, there are still some consumer complaints about the quality of the Yamaha Mio such as the lights are not bright enough, the gasoline is a little wasteful, and the suspension slams hard. Whereas perceived quality can be achieved if the product is in accordance with the wishes and needs of consumers. So looking at the problems above, this study aims to determine the effect of perceived quality and brand experience on purchasing decisions for Yamaha Mio.

The type of research used is explanatory research, the number of samples in this study are 100 respondents who have purchased a Yamaha Mio at Yamaha Flagshipshop Semarang City for the last 3 years using a non-probabilty sampling technique, namely purposive sampling. In this study to prove the influence between variables using various tests such as validity tests, reliability tests, correlation coefficients, coefficients of determination, simple and multiple regression analysis and significant tests, namely the t test and F test. In processing the data in this study using the SPSS version of the software. 26 with the results that there is a positive influence of perceived quality variables on purchasing decisions, then there is a positive influence of brand experience variables on purchasing decisions and there is a positive influence of perceived quality and brand experience variables on purchasing decisions.

Based on the results of the research obtained, the researcher has several suggestions such as making improvements to the durability of the Yamaha Mio engine to make it stronger, increasing the performance of the Yamaha Mio so that it is not easily damaged, creating advanced and renewable technology on the Yamaha Mio features, and developing the Yamaha Mio feature. specifications owned by yamaha mio in order to have quality output and can be used for a long time, create interesting and creative content about information containing the development of yamaha mio and posted on social media owned by Yamaha for the sake of increasing consumer interest in following the development of yamaha mio .

Keyword : Perceived quality,brand experience,purchase decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur patut saya panjatkan kehadiran Tuhan YME, atas limpahan berkat dan rahmatnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro. Saya menyadari jika dalam menyelesaikan skripsi saya yang berjudul “ **Pengaruh *Perceived Quality* dan *Brand Experience* terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio (Studi pada Yamaha *Flagship Shop (FSS)* Kota Semarang)**” tidak lepas dari bantuan dan kerjasama beberapa pihak . Oleh sebab itu, dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu saya baik secara moril maupun materiil selama proses penyelesaian penelitian ini, khususnya kepada :

1. Dr. Hardi Warsono, M.TP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk menyusun skripsi.
2. Dr. Widiartanto S.Sos, M.AB, selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk menyusun skripsi.
3. Dr. Reni Shinta Dewi S.Sos.,M.Si, selaku ketua Prodi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk menyusun skripsi.

3. Bulan Prabawani , S.Sos,M.M.,Ph.D. selaku dosen penguji dan dosen wali yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk meyusun skripsi.

4. Dr. Sari Listyorini, S.Sos., M.AB selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi.

5. Dr. Drs.Ngatno M.M. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi.


6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan. Keluarga saya yang selalu mendoakan dan memberikan semangat dalam penyusunan laporan ini.

7. Seluruh responden atas kesediaannya mengisi kuesioner yang telah saya berikan.

Dalam menyusun skripsi ini penulis sadar jika masih terdapat banyak kekurangan dan membutuhkan penyempurnaan seiring berjalannya waktu. Oleh sebab itu dibutuhkan kritik dan saran yang membangun sehingga diharapkan dapat membantu kemajuan penulis. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Semarang, 17 Juni 2022

Penulis


Pascal Bohdan Gumilang
14030118130088

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)	i
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	18
1.4 Manfaat Penelitian.....	18
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	18
1.5 Kerangka Teori.....	19
1.5.1 Perilaku Konsumen.....	19
1.5.2 Pemasaran	19
1.5.3 Persepsi (<i>Perceived</i>)	21
1.5.4 Kualitas (<i>Quality</i>)	22
1.5.5 <i>Perceived Quality</i> (Persepsi Kualitas)	23
1.5.6 <i>Brand</i>	25
1.5.7 <i>Brand Experience</i>	28
1.5.8 Keputusan Pembelian	32
1.6 Pengaruh Antar Variabel	38
1.6.1 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	38
1.6.2 Pengaruh <i>Brand Experience</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	39
1.6.3 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> dan <i>Brand Experience</i> terhadap keputusan pembelian.....	39
1.7 Penelitian Terdahulu.....	40

1.8	Hipotesis	41
1.9	Definisi Konseptual	42
1.9.1	Perceived Quality	42
1.9.2	Brand Experience	43
1.9.3	Keputusan Pembelian	43
1.10	Definisi Operasional	43
1.11	Metode Penelitian	45
1.11.1	Tipe Penelitian	45
1.11.2	Populasi dan Sampel	45
1.11.3	Teknik Pengambilan Sampel	45
1.11.4	Jenis dan Sumber Data	46
1.11.5	Skala Pengukuran	48
1.11.6	Teknik Pengumpulan Data	48
1.11.7	Teknik Pengolahan Data	49
1.11.8	Instrumen Penelitian	50
1.11.9	Teknik Analisis Data	50
BAB II	56
2.1	Sejarah Perusahaan	56
2.2	Visi dan Misi Perusahaan	57
2.2.1	Visi Perusahaan	57
2.2.2	Misi Perusahaan	58
2.3	Logo Perusahaan	58
2.4	Stuktur Organisasi	59
2.5	<i>Job Description</i> Perusahaan	60
2.6	Bidang Usaha Yamaha FSS Semarang	62
2.7	Produk Yamaha FSS Semarang	64
2.8	Identitas Responden	70
2.8.1	Jenis Kelamin Responden	71
2.8.2	Domisili Responden	72
2.8.3	Pendidikan Terakhir Responden	73
2.8.4	Jenis Pekerjaan Responden	74
2.8.5	Status Responden	75

2.8.6 Pendapatan per bulan Responden	76
2.8.7 Tahun Pembelian Responden.....	77
2.8.8 Tipe Motor Responden	78
BAB III	79
3.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	80
3.1.1 Uji Validitas.....	80
3.1.2 Uji Reliabilitas	85
3.2 Analisis Deskriptif Variabel	86
3.2.1 <i>Perceived Quality</i> (X1).....	86
3.2.2 <i>Brand Experience</i> (X2).....	115
3.2.3 Keputusan Pembelian (Y).....	130
3.3 Uji Hipotesis.....	143
3.3.1 Analisis Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian	143
3.3.2 Analisis Pengaruh <i>Brand Experience</i> terhadap Keputusan Pembelian	150
3.3.3 Analisis Pengaruh <i>Perceived Quality</i> dan <i>Brand Experience</i> terhadap Keputusan Pembelian	156
3.4 Pembahasan	163
BAB IV	171
4.1 Kesimpulan.....	171
4.2 Saran.....	172
DAFTAR PUSTAKA	175

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Kendaraan bermotor di Indonesia Tahun 2017-2020.....	1
Tabel 1. 2 Data Penjualan Perusahaan sepeda motor di Indonesia	6
Tabel 1. 3 Data Penjualan Motor Yamaha <i>Flagship Shop</i> Semarang.....	8
Tabel 1. 4 Penjualan berdasarkan tipe motor	9
Tabel 1. 5 Data Top Brand Kategori Motor Matic.....	10
Tabel 1. 6 Data Penjualan Yamaha Mio di Yamaha FSS Semarang	13
Tabel 1. 7 Data rating Yamaha Mio series.....	14
Tabel 1. 8 Penelitian terdahulu.....	40
Tabel 1. 9 Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi	52
Tabel 2. 1 Spesifikasi Motor jenis Matic	65
Tabel 2. 2 Spesifikasi Motor jenis Maxi	66
Tabel 2. 3 Spesifikasi Motor jenis Moped	67
Tabel 2. 4 Spesifikasi Motor jenis Naked Bike.....	68
Tabel 2. 5 Spesifikasi Motor jenis Sport Bike	70
Tabel 2. 6 Tabel Jenis Kelamin Responden	71
Tabel 2. 7 Domisili responden	72
Tabel 2. 8 Pendidikan terakhir responden.....	73
Tabel 2. 9 Jenis Pekerjaan responden	74
Tabel 2. 10 Status Responden	75
Tabel 2. 11 Pendapatan perbulan responden.....	76
Tabel 2. 12 Tahun pembelian motor responden.....	77
Tabel 2. 13 Tipe Motor	78
Tabel 3. 1 Uji Validitas Variabel <i>Perceived Quality</i>	81
Tabel 3. 2 Uji Validitas Variabel <i>Brand Experience</i>	83
Tabel 3. 3 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	84
Tabel 3. 4 Uji Reabilitas Variabel.....	85
Tabel 3. 5 <i>Performance</i> Yamaha Mio.....	87
Tabel 3. 6 Keiritan bahan bakar	88
Tabel 3. 7 Kenyamanan dan kemudahan Yamaha Mio	89
Tabel 3. 8 Daya Tahan mesin Yamaha Mio.....	91
Tabel 3. 9 Kemungkinan kerusakan Yamaha Mio.....	92
Tabel 3. 10 Keunikan Fitur Yamaha Mio	93
Tabel 3. 11 Kecanggihan dan Kelengkapan Fitur Yamaha Mio	94
Tabel 3. 12 Fitur Yamaha Mio	96
Tabel 3. 13 Kesesuaian antara kebutuhan konsumen dengan spesifikasi Yamaha Mio	97
Tabel 3. 14 Kesesuaian spesifikasi dengan yang ditawarkan	98
Tabel 3. 15 Keandalan yamaha Mio	100
Tabel 3. 16 Ketahanan Yamaha Mio.....	101
Tabel 3. 17 Yamaha Mio dapat digunakan disegala jenis medan jalan	102

Tabel 3. 18 Keandalan mesin Yamaha Mio	103
Tabel 3. 19 Pelayanan di Yamaha FSS Semarang	104
Tabel 3. 20 Kemudahan mencari bengkel resmi Yamaha.....	105
Tabel 3. 21 Kemudahan mencari suku cadang resmi Yamaha mio	106
Tabel 3. 22 Output Yamaha Mio.....	107
Tabel 3. 23 <i>Image</i> Yamaha Mio dikalangan masyarakat	108
Tabel 3. 24 Rekapitulasi Penilaian Responden Mengenai Persepsi Kualitas terhadap Yamaha Mio	110
Tabel 3. 25 Kategorisasi Variabel <i>Perceived Quality</i>	114
Tabel 3. 26 Yamaha Mio memberikan kesan yang kuat melalui seluruh alat indera manusia	116
Tabel 3. 27 Ketertarikan konsumen untuk mencoba Yamaha Mio.....	117
Tabel 3. 28 Perasaan negatif yang diakibatkan oleh Yamaha Mio	118
Tabel 3. 29 Perasaan positif terhadap Yamaha Mio	119
Tabel 3. 30 Keterikatan fisik dan perilaku dengan Yamaha Mio	121
Tabel 3. 31 Terlihat menarik dan stylish ketika menggunakan yamaha Mio	122
Tabel 3. 32 Meluangkan waktu dan pikiran terhadap perkembangan yamaha Mio	123
Tabel 3. 33 Yamaha Mio merangsang rasa penasaran mengenai produk yang baru diluncurkan.....	125
Tabel 3. 34 Rekapitulasi Penilaian Responden Mengenai <i>brand experience</i> Yamaha Mio.....	126
Tabel 3. 35 Kategorisasi Variabel <i>Brand Experience</i>	129
Tabel 3. 36 Keyakinan dalam memilih Yamaha Mio	131
Tabel 3. 37 Yamaha Mio cocok ketika digunakan.....	132
Tabel 3. 38 Memerlukan sepeda motor untuk bepergian.....	133
Tabel 3. 39 Kesesuaian antara spesifikasi dengan kebutuhan dan keinginan	135
Tabel 3. 40 Melakukan pembelian ulang terhadap yamaha Mio	136
Tabel 3. 41 Memberikan saran kepada orang lain untuk membeli Yamaha Mio	137
Tabel 3. 42 Merasa Puas setelah menggunakan yamaha mio	138
Tabel 3. 43 Rekapitulasi Penilaian Responden Mengenai Keputusan Pembelian	140
Tabel 3. 44 Kategorisasi variabel Keputusan pembelian	142
Tabel 3. 45 Uji Koefisien Korelasi <i>Perceived Quality</i>	144
Tabel 3. 46 Uji Regresi Linear sederhana <i>Perceived quality</i>	145
Tabel 3. 47 Uji Koefisien Determinasi <i>Perceived Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	147
Tabel 3. 48 Uji Signifikansi <i>Perceived quality</i> terhadap Keputusan Pembelian	148
Tabel 3. 49 Uji Koefisien Korelasi <i>Brand Experience</i> Yamaha Mio terhadap Keputusan Pembelian.....	150
Tabel 3. 50 Uji Regresi Linear Sederhana <i>Brand experience</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	151
Tabel 3. 51 Uji Koefisien Determinasi <i>brand experience</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	153

Tabel 3. 52 Uji Signifikansi <i>brand experience</i> terhadap Keputusan Pembelian	154
Tabel 3. 53 Uji Koefisien Korelasi berganda <i>Perceived Quality</i> dan <i>Brand Experience</i> Yamaha Mio terhadap Keputusan Pembelian	156
Tabel 3. 54 Uji Regresi Linear Berganda Variabel <i>Perceived Quality</i> (X1) dan <i>Brand Experience</i> (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	157
Tabel 3. 55 Uji Koefisien Determinasi Variabel <i>Perceived Quality</i> (X1) dan <i>Brand Experience</i> (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	159
Tabel 3. 56 Uji Signifikansi (Uji F) Variabel <i>Perceived Quality</i> (X1) dan <i>Brand Experience</i> (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	161

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tahap – tahap Pengambilan Keputusan	32
Gambar 1. 2 Kurva Uji t.....	54
Gambar 1. 3 Gambar kurva Uji F.....	55
Gambar 2. 1 Logo Yamaha	58
Gambar 2. 2 Stuktur Organisasi Perusahaan.....	60
Gambar 2. 3 Motor tipe matic	64
Gambar 2. 4 Motor tipe Maxi	66
Gambar 2. 5 Motor Tipe Moped	67
Gambar 2. 6 Motor Tipe Naked Bike.....	68
Gambar 2. 7 Motor Tipe Sportbike	69
Gambar 3. 1 Kurva Uji t (<i>One Tail</i>) <i>Perceived Quality</i> (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	149
Gambar 3. 2 Kurva Uji t (<i>One Tail</i>) <i>Brand Experience</i> (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	155
Gambar 3. 3 Kurvai Uji F (<i>One Tail</i>) Variabel <i>Perceived Quality</i> (X1) dan <i>Brand Experience</i> (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	163