



Skripsi

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA HONDA BEAT
DI KELURAHAN PASIE NAN TIGO**

Oleh:

**NAMA : RESTIKA CANIA
NIM : 22070059
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN**

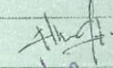
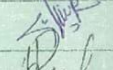
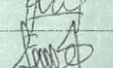
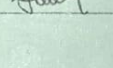
**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
2026**

PENGESAHAN

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan tim penguji skripsi pada tanggal 25 Februari 2026

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Honda Beat di Kelurahan Pasie Nan Tigo
Nama : Restika Cania
Nim : 22070059
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

TIM PENGUJI

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Nurhaida, S.E, M.M	Ketua	
2.	Usmiar, S.E, M.Si	Anggota	
3.	Raftui Fedri, S.E, M.M	Anggota	
4.	Fitri Kurnia, S.E., M.Sc	Anggota	

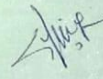
Disetujui oleh:

Pembimbing I



Nurhaida, S.E, M.M

Pembimbing II



Usmiar, S.E, M.Si

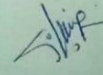
Diketahui oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi



Immu Puteri Sari, S.E, M.Si

Ketua Prodi Manajemen



Usmiar, S.E, M.Si

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Restika Cania

Nim : 22070059

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Menyatakan bahwa:

Sesungguhnya skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang tertulis atau diterbitkan orang lain, kecuali sebagai acuan ataupun kutipan dengan mengikuti karya ilmiah yang lazim.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada pemaksaan dari pihak manapun.

Padang, Februari 2026
Yang menyatakan



Restika Cania
22070059

HAK CIPTA

Hak cipta ini milik **Restika Cania** tahun 2026, dilindungi oleh undang-undang, yaitu dilarang mengutip atau memperbanyak tanpa izin tertulis dari Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, sebagian atau keseluruhannya dalam bentuk apapun, baik cetak, *copy*, atau *micro flim* dan lain sebagainya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayahnya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Honda Beat di Kelurahan Pasie Nan Tigo**”. Penelitian skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada Ibuk Nurhaida, S.E, M.M. selaku pembimbing I dan Ibuk Usmiar S.E, M.Si selaku pembimbing II yang telah bersedia dengan ikhlas menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran serta kesabaran dalam memberikan bimbingan kepada penulis selama proses penelitian ini dilakukan. Penulis juga mengucapkan terimakasih yang tak terhingga dengan setulus hati kepada:

1. Allah swt atas limpahan rahmat dan karuniannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
2. Teristimewa kepada kedua orang tua tercinta, Papa Riswandi dan Mama Yelina, dua orang yang sangat berjasa dalam hidup penulis yang telah memberikan kasih sayang, nasehat, motivasi, memenuhi kebutuhan penulis, dukungan serta doa yang tiada henti kepada penulis selama melalui proses perkuliahan, hingga sampai saat ini. Kepada kakak saya Dila Mai Putri,

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

S.Pd., Gr. yang terkasih dan tersayang yang telah memberikan semangat serta motivasi bagi penulis hingga saat ini.

3. Ibuk Nurhaida, S.E., M.M selaku dosen pembing I, dan ibuk Usmiar, S.E., M. Si selaku dosen penguji II.
4. Bapak Raftul Fedri, S.E, M.M selaku dosen penguji I dan Ibuk Fitri Kurnia, S.E., M.Sc selaku dosen penguji II
5. Ibuk Usmiar, S.E., M.Msi selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
6. Ibuk Immu Puteri Sari, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan dan seluruh staf yang melayani segala urusan administrasi selama proses penelitian ini.
8. Teman-teman seperjuangan, khususnya Wisca Afrina Putri, Indri Permatasari dan Rani Oktafiani yang selalu kebersamai dalam proses skripsi ini, saling menguatkan dan berbagi tawa serta air mata.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan ilmu dan pengetahuan yang penulis punya. Untuk itu dengan kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari segala pihak

Padang, 1 Februari 2026
Penulis

Restika Cania
22070059

PENGARUH KUALITAS PRODUK , HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA HONDA BEAT DI KELURAHAN PASIE NAN TIGO

RESTIKA CANIA

NIM: 22070059

Program Studi: Manajemen

Email: restikacania12@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Honda Beat di Kelurahan Pasie Nan Tigo. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* atau sampel acak sederhana yang berjumlah 100 responden. Metode penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif menggunakan analisis linear berganda, uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis dengan uji t , uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan t hitung sebesar $4,155 > t$ tabel 1,985, harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan t hitung sebesar $0,469 < t$ tabel 1,985, dan citra merek tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan t hitung $0,417 < t$ tabel 1,985. Dan secara bersama-sama juga terdapat pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen dengan F hitung sebesar 35,555 dengan nilai F tabel 2,70 artinya $35,555 > 2,70$. Dengan nilai sig 0,000 dan sig total 0,05 berarti $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan untuk nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 52,6% sisanya 47,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Kata Kunci: Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek, Kepuasan Konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND BRAND IMAGE ON CONSUMER SATISFACTION OF HONDA BEAT USERS IN PASIE NAN TIGO VILLAGE

RESTIKA CANIA

NIM: 22070059

Study Program : Management

Email: restikacania12@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the Influence of Product Quality, Price, and Brand Image on Consumer Satisfaction of Honda Beat Users in Pasie Nan Tigo Village. The sampling technique uses simple random sampling or a simple random sample of 100 respondents. This research method is associative quantitative using multiple linear analysis, classical assumption test and hypothesis testing with t test, F test, and coefficient of determination (R^2). The results of this study indicate that product quality affects consumer satisfaction with a calculated t of $4.155 > t$ table 1.985, price does not affect consumer satisfaction with a calculated t of $0.469 < t$ table 1.985, and brand image does not affect consumer satisfaction with a calculated t of $0.417 < t$ table 1.985. And together there is also an influence of independent variables on the dependent variable with a calculated F of 35.555 with an F table value of 2.70 meaning $35.555 > 2.70$. With a sig value of 0.000 and a total sig of 0.05, meaning $0.000 < 0.05$, this indicates that product quality, price, and brand image together have a significant effect on consumer satisfaction. Meanwhile, the coefficient of determination (R^2) is 52.6%, with the remaining 47.4% influenced by other variables not included in this research model.

Keywords: *The Influence of Product Quality, Price, and Brand Image on Consumer Satisfaction.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, mengganggakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Konsep Teoritis.....	9
2.2. Penelitian terdahulu	18
2.3. Kerangka Konseptual.....	19
2.4. Hipotesis	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1. Jenis, Tempat dan waktu penelitian	21
3.2. Populasi dan Sampel.....	21
3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	23
3.4. Teknik Mengumpulkan Data	25
3.5. Teknik Analisis Data.....	26
BAB IV PEMBAHASAN.....	33
4.1. Hasil Penelitian.....	33
4.2. Pembahasan	52
BAB V PENUTUP.....	59
5.1. Kesimpulan	59
5.2. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Pengguna Sepeda Motor di Indonesia 2022-2025.....	2
Tabel 1.2. Hasil Review Pengguna Honda Beat.....	3
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1. Definisi Operasional	24
Tabel 3.2. Skala Likert	25
Tabel 3.3. Interpretasi TCR	27
Tabel 4.1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur	35
Tabel 4.2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	36
Tabel 4.4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Pengguna	37
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen	38
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	39
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Harga	40
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Citra Merek	41
Tabel 4.9. Uji Reliabilitas.....	42
Tabel 4.10. Tabulasi Responden Kepuasan Konsumen	43
Tabel 4.11. Tabulasi Responden Kualitas Produk	43
Tabel 4.12. Tabulasi Responden Variabel Harga	45
Tabel 4.13. Tabulasi Responden Variabel Citra Merek.....	45
Tabel 4.14. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	46
Tabel 4.15. Hasil Uji Normalitas	47
Tabel 4.16. Hasil Uji Multikolonieritas	48
Tabel 4.17. Hasil Uji Heteroskedastisitas	48
Tabel 4.18. Hasil Uji Autokorelasi.....	49
Tabel 4.19. Uji Parsial (t)	50
Tabel 4.20. Uji Simultan (F).....	51
Tabel 4.21. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	52

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	19
Gambar 4.1. Struktur Organisasi Astra Honda Motor.....	35

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat modern telah mendorong peningkatan penggunaan kendaraan roda dua sebagai alat transportasi yang praktis dan efisien. Di Indonesia, sepeda motor menjadi pilihan utama masyarakat karena mampu menunjang mobilitas dengan biaya yang relatif terjangkau, hemat bahan bakar, serta dapat digunakan untuk berbagai keperluan sehari-hari. Dalam kondisi tersebut, pasar otomotif roda dua berkembang pesat dan menciptakan persaingan yang semakin kompetitif antar produsen, termasuk Honda, Yamaha, Suzuki, dan produsen lainnya.

Honda sebagai salah satu pemimpin pasar otomotif roda dua di Indonesia terus menghadirkan produk dengan inovasi dan fitur yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Salah satu produk unggulannya adalah Honda Beat, yang dikenal sebagai skuter matik dengan konsumsi bahan bakar irit, harga terjangkau, serta teknologi yang ramah lingkungan. Honda Beat merupakan pilihan utama terutama bagi para pekerja dan kaum muda yang membutuhkan kendaraan yang berguna dan efektif untuk transportasi sehari-hari. Hal ini menjadikan Honda Beat sebagai alternatif transportasi yang dianggap sesuai dengan kebutuhan pengguna dari berbagai kelompok usia. Meskipun demikian dengan pangsa pasar yang besar, hal ini memunculkan pertanyaan penting mengenai faktor-faktor apa saja yang benar-benar mendorong kepuasan konsumen terhadap Honda Beat ditengah persaingan yang ketat.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

Pada tahun 2025, penjualan sepeda motor di Indonesia sedikit menurun dibandingkan tahun sebelumnya. Asosiasi Industri sepeda motor Indonesia (AISI) melaporkan penjualan sepeda motor sebanyak 4.269.718 jumlah unit antara Januari- Agustus 2025, yang berarti 1,70% lebih kecil dari 4.343.781 jumlah unit yang telah dijual selama periode yang sama pada tahun sebelumnya. Namun, beberapa bulan menunjukkan peningkatan tipis bulanan, seperti Agustus 2025 naik 0,72% dibanding Agustus 2024. Honda adalah pemimpin pasar dengan pangsa pasar sekitar 78% dan penjualan tertinggi didominasi oleh Honda Beat (April hingga Agustus 2025). Meskipun demikian, terdapat sejumlah tantangan seperti perlambatan ekonomi, kendala distribusi, serta munculnya pesaing baru termasuk kendaraan listrik. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun Honda Beat tetap unggul dalam volume penjualan, persaingan pada segmen ini semakin kompleks karena konsumen kini lebih kritis terhadap kualitas, harga, dan citra merek.

Berikut data pengguna sepeda motor Honda di Indonesia dalam beberapa tahun belakang, adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1.
Data Pengguna Sepeda Motor di Indonesia
2022-2025

Merek Sepeda Motor	2022 Unit	2023 Unit	2024 Unit	2025 (Jan-Aug) Unit
Honda Beat	947.700	1.132.000	1.089.000	597.700
Honda Vario	603.100	720.000	693.000	380.400
Honda Scopy	287.200	343.000	330.000	181.100
Honda PCX	229.700	274.400	264.000	144.900
Honda Genio	86.200	102.900	99.000	54.300

Sumber: aisi.or.id/oto.com/berita-honda

Berdasarkan data pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa model Honda Beat adalah yang paling banyak pengguna, pada semua tahun 2022-2024 dan juga pada periode Januari-Agustus 2025. Astra Honda Motor (AHM) menyebut bahwa

Honda Beat sebagai pendapatan terbesar penjualan Honda dan model paling laris di segmen skutik entry.

Tabel 1.2.
Hasil Review Pengguna Honda Beat
di Kelurahan Pasie Nan Tigo

Nama Pengguna	Tahun Honda Beat	Lama Pemakaian	Review Pengguna
Hendra, Hafiz, Dayat, Reno	2020	5 tahun	Mesin awet dan jarang rusak meskipun digunakan setiap hari, harga sesuai dengan kualitas, serta merek Honda Beat sudah terpercaya.
Ilham, Andi, Fadli, Rivo	2021	4 tahun	Performa mesin stabil, konsumsi BBM irit, desain menarik, dan nyaman digunakan serta citra merek Honda meningkatkan kepercayaan konsumen.
Caca, Suci, Dinda, Riri	2022	3 tahun	Motor nyaman digunakan untuk aktivitas harian, perawatan mudah, dan memiliki daya tahan yang kuat.
Rani, Karin, Risa, Meri	2023	2 tahun	Mesin cepat panas, suara mesin kasar setelah pemakaian beberapa tahun dan kualitas yang menurun
Buk Eti, Buk Lis, Buk Mis	2024	1 tahun	Harganya terjangkau dan sesuai dengan kualitas yang diperoleh.

Sumber: Hasil observasi awal kepada masyarakat kelurahan pasie nan tigo

Di kelurahan pasie nan tigo, Honda Beat menjadi salah satu motor yang paling banyak digunakan oleh mahasiswa, pekerja kantoran, dan masyarakat. Alasan mereka memilih Honda Beat karena motor ini sangat irit bahan bakar, harga yang terjangkau, desainnya yang menarik, dan mudah dikendarai membuat motor ini nyaman digunakan. Citra merek Honda yang kuat sebagai motor awet dan tahan lama, semakin memperkuat alasan masyarakat memilih Honda Beat sebagai kendaraan utama mereka. Meskipun Honda Beat menjadi salah satu motor yang paling banyak digunakan di Kelurahan Pasie Nan Tigo, masih ditemukan beberapa masalah yang dikeluhkan oleh pengguna yaitu mesin cepat panas, suara mesin kasar setelah pemakaian beberapa tahun, dan kualitas yang menurun. Sebagian konsumen menilai harga yang dibayarkan belum sepenuhnya sesuai dengan kualitas dan

manfaat yang diperoleh. Disisi lain, citra merek Honda juga mulai mendapat tantangan dari kompetitor yang menawarkan desain dan teknologi yang lebih modern. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun Honda Beat sebagai motor yang paling banyak digunakan, masih terdapat adanya perbedaan antara harapan dan kepuasan konsumen, sehingga perlu diteliti pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pengguna Honda Beat di Kelurahan Pasie Nan Tigo.

Menurut teori pemasaran yang diperkenalkan oleh (Kotler & Keller, 2016) kepuasan konsumen adalah hasil dari evaluasi individu terhadap suatu produk berdasarkan harapan awal dan kinerja aktual produk tersebut. Faktor-faktor utama tersebut dapat mencakup kualitas produk, harga, dan citra merek. Kualitas produk yang tinggi menciptakan pengalaman yang menyenangkan, harga mempengaruhi persepsi nilai terhadap produk, citra merek yang baik dapat menciptakan persepsi positif.

Kelurahan Pasie Nan Tigo dipilih sebagai lokasi penelitian dikarenakan belum adanya penelitian serupa yang dilakukan sebelumnya, serta karakteristik masyarakatnya yang sangat bergantung pada sepeda motor sebagai alat transportasi utama, dan sangat mendukung untuk mengkaji kepuasan konsumen terhadap sepeda motor, khususnya Honda Beat. Kelurahan Pasie Nan Tigo merupakan bagian dari Kecamatan Koto Tengah Kota Padang. Kelurahan Pasie Nan Tigo terdiri dari 14 RW dan 52 RT. Kelurahan Pasie Nan Tigo memiliki luas wilayah kurang lebih 5359 Ha dengan 11.700 jiwa (BPS Kota Padang, 2023) yang tinggal disana. Sebagian besar penduduknya bekerja sebagai nelayan. Kelurahan ini terbagi

menjadi tiga Kawasan, yakni Pasia Sabalah, Pasia Jambak, dan Pasi Kandang. Dari aspek mobilitas sepeda motor menjadi alat transportasi utama masyarakat, dan sekaligus akan menunjukkan potensi besar pengguna Honda Beat sebagai objek penelitian.

Namun, menjaga kepuasan konsumen merupakan masalah penting bagi produsen sepeda motor di pasar yang semakin kompetitif. Kualitas produk, harga dan citra merek merupakan penentu penting kepuasan konsumen. Kualitas produk adalah segala sesuatu yang memenuhi kebutuhan pelanggan (Kotler & Keller 2022). Kepuasan konsumen terhadap suatu produk dapat ditingkatkan melalui kualitas produk yang unggul, dan mampu menciptakan kesan menarik di benak masyarakat.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Hariyanto & Susanti, 2021) citra merek, kualitas produk, harga, promosi secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh (Abriasnyah et al, 2020) citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sepeda motor Honda Beat, sedangkan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen sepeda motor Honda Beat. Sedangkan penelitian yang dilakukan (Liedyanto & Pahar, 2021) kualitas produk dan harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan dan store atmosphere berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Perbedaan temuan ini menunjukkan bahwa hubungan antar variabel masih belum stabil dan perlu diteliti lebih lanjut terutama pada konteks wilayah yang berbeda.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

Meskipun penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen telah banyak dilakukan di berbagai daerah, namun belum ada penelitian yang secara khusus mengkaji variabel kualitas produk, harga, dan citra merek secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada pengguna Honda Beat di Kelurahan Pasie Nan Tigo, dan sebagian besar penelitian terdahulu dilakukan di kota besar atau wilayah dengan karakteristik konsumen yang berbeda, sehingga hasilnya belum tentu dapat menggambarkan kondisi masyarakat di Kelurahan Pasie Nan Tigo yang memiliki pola penggunaan kendaraan, tingkat ekonomi, dan preferensi berbeda. Dengan demikian, terdapat kesenjangan berupa ketidaksesuaian lokasi, perbedaan karakteristik responden, sehingga penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan temuan yang lebih relevan dan kontekstual terhadap kondisi nyata pengguna Honda Beat di Kelurahan Pasie Nan Tigo.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka peneliti tertarik ingin meneliti dalam sebuah penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Honda Beat Di Kelurahan Pasie Nan Tigo.”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna Honda Beat di Kelurahan Pasie Nan Tigo?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna Honda Beat di Kelurahan Pasie Nan Tigo?



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Seluruh isi karya tulis ini, baik berupa teks, gambar, tabel, grafik, maupun informasi lainnya, dilindungi oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dilarang mengutip, menggandakan, mendistribusikan, menerbitkan dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi karya ini dalam bentuk apapun dandengan cara apapun, baik secara elektronik maupun secara mekanik, tanpa izin tertulis dari penulis, kecuali untuk keperluan akademik dan referensi dengan menyebutkan sumber secara tepat dan benar.

3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna Honda Beat di Kelurahan Pasie Nan Tigo?
4. Apakah kualitas produk, harga, dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pengguna Honda Beat di Kelurahan Pasie Nan Tigo?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pengguna Honda Beat di Kelurahan Pasie Nan Tigo.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pengguna Honda Beat di Kelurahan Pasie Nan Tigo.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen pengguna Honda Beat di Kelurahan Pasie Nan Tigo.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek secara simultan terhadap kepuasan konsumen pengguna Honda Beat di Kelurahan Pasie Nan Tigo.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Untuk membantu perusahaan mengevaluasi dan meningkatkan kualitas produk dan memperkuat keunggulan kompetitif perusahaan serta membantu bisnis perusahaan memutuskan strategi pemasaran mereka.

2. Bagi Peneliti Lain.

Penelitian ini dapat berfungsi sebagai sumber tambahan informasi untuk penelitian mendatang, memfasilitasi kemajuan ilmu pengetahuan, serta menjadi acuan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian dibidang pemasaran.

3. Bagi Penulis.

Dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan, pengembangan teori, dan konsep yang telah dipelajari kedalam situasi nyata dilapangan

