

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN BAN
BRIDGESTONE MENGGUNAKAN SALURAN
PENJUALAN TOKO MODEL JATIASIH BEKASI**

SKRIPSI



Nama : Harri Murti Eko Satriyo
NIM : 43118320003

MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2020

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Harri Murti Eko Satriyo

NIM : 43118320003

Progam Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan)

Demiian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 15 Agustus 2020



Harri Murti Eko Satriyo

NIM. 43118320003

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Harri Murti Eko Satriyo
NIM : 43118320003
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Keputusan Pembelian Ban Bridgestone
Menggunakan Saluran Penjualan Toko Model Jatiasih
Bekasi
Tanggal Lulus Ujian : 11 Agustus 2020

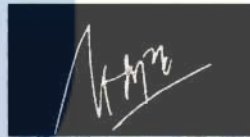
Disahkan oleh:

Pembimbing



Dra. Yanti Murni, MM
Tanggal : 14-08-2020

Ketua Penguji



Dr. Parwoto, ST., MM
Tanggal :

Dekan



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA
Tanggal :

Ketua Program Studi
S1 Manajemen



Dr. Daru Asih, M.Si
Tanggal :

ABSTRACT

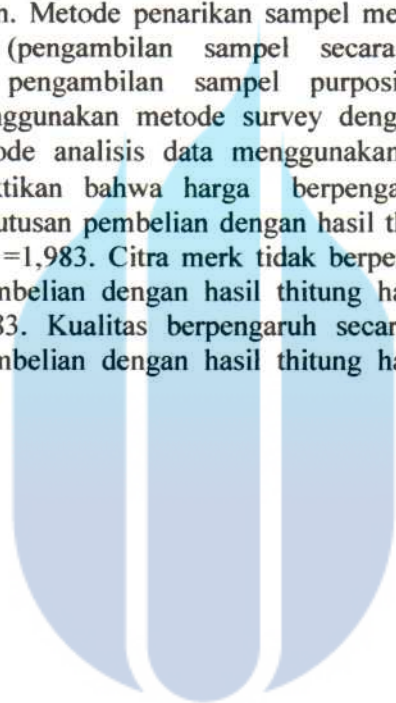
This study aims to analyze the decision of Bridgestone Tire research using the Jatiasih Model Shop Bekasi sales channel. The population in this study is consumers who have bought Bridgestone Tire Products Toko Model Jatiasih Bekasi. The sample used is as many as 105 consumers. The sampling method used was non-probability sampling (non-random sampling) using purposive sampling technique. The data collection method used survey method with the research instrument was a questionnaire. Data analysis method using Partial Least Square. This study proves that price has a positive and significant effect on purchasing decisions with the result of tcount price (X1) of 3.567 while t table = 1.983. Brand image has no significant effect on purchasing decisions with the result of tcount price (X2) of 0.449 while t table = 1.983. Quality has a positive and significant effect on purchasing decisions with the result of tcount price (X3) of 3.687 while t table = 1.983



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keputusan pembelian Ban Bridgestone menggunakan saluran penjualan Toko Model Jatiasih Bekasi. Populasi dalam penelitian ini konsumen yang pernah membeli produk Ban Bridgestone Toko Model Jatiasih Bekasi. Sampel yang dipergunakan adalah sebanyak 105 konsumen. Metode penarikan sampel menggunakan metode non-probability sampling (pengambilan sampel secara tidak acak) dengan menggunakan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square*. Penelitian ini membuktikan bahwa harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil thitung harga (X_1) sebesar 3,567 sedangkan $t_{tabel} = 1,983$. Citra merk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil thitung harga (X_2) sebesar 0,449 sedangkan $t_{tabel} = 1,983$. Kualitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil thitung harga (X_3) sebesar 3,687 sedangkan $t_{tabel} = 1,983$.



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah Segala puji syukur atas nikmat dan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat, dan karunia-nya kepada peneliti sehingga, penulis dapat mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Keputusan Pembelian Ban Bridgestone Menggunakan Saluran Penjualan Toko Model Jatiasih Bekasi”**. Proposal skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh kelulusan mata kuliah Metodologi Penelitian Pemasaran di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana.

Tentunya keberhasilan penyusunan proposal skripsi ini tak lepas dari bimbingan, bantuan dari dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya ibu Dra. Yanti Murni, MM. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat kepada peneliti. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah mencurahkan anugerah-nya dan peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Daru Asih, M.Si, selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen Universitas Mercu Buana.

4. Bapak Eri Marlapa, SE., MM selaku Sekretaris Program Studi S1-Manajemen Universitas Mercu Buana Kampus D Kranggan.
5. Ibu Dra. Yanti Murni, MM selaku dosen pembimbing Universitas Mercu Buana Kampus D Kranggan yang selalu memberikan support dan bimbingan atas penelitian ini
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, terima kasih atas curahan ilmu yang Bapak dan Ibu berikan kepada peneliti.
7. Orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dalam menyelesaikan penelitian ini.
8. Istri dan anak-anak tercinta yang memberikan semangat, doa dan dukungan kepada peneliti serta memberikan inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini
9. Teman-teman di Universitas Mercubuana Jakarta Kampus D Khususnya FEB, yang telah memberikan dukungan, semangat dan doanya.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini belum sempurna dan oleh sebab itu maka, pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh peneliti. maka, peneliti selalu berusaha memperbaiki diri dan mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Dan akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penulisan ini. sekian Terima Kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Bekasi , Agustus 2020

Harri Murti Eko Satriyo

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GRAFIK	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kontribusi Penelitian	8

BAB II KAJIAN TEORITIS, KERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Kajian Pustaka

1. Pemasaran

a. Definisi Pemasaran.....	10
----------------------------	----

2. Keputusan Pembelian

a. Definisi Keputusan Pembelian	11
b. Dimensi Keputusan Pembelian.....	13
c. Teori Terkait	13

3. Harga

a. Definisi Harga.....	16
b. Dimensi Harga.....	17
c. Teori Terkait	18

4. Citra Merek

a. Definisi Citra Merek	22
b. Dimensi Citra Merek.....	22
c. Teori Terkait	24

5. Kualitas

a. Definisi Kualitas	27
b. Dimensi Kualitas	28
c. Teori Terkait	29

6. Penelitian Terdahulu

31

B. Rerangka Konseptual

38

C. Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian 40
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.40
3. Pengaruh Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian 40

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	42
B. Desain Penelitian	42
C. Definisi dan Operasional Variabel	
1. Defisini Variabel	43
2. Operasional Variabel	44
D. Pengukuran Variabel	46
E. Populasi dan Sampel Penelitian	
1. Populasi	47
2. Sampel	47
F. Teknik Pengumpulan Data	49
G. Metode Analisis Data	
1. Statistik Deskriptif	50
2. Uji Kualitas Data	50
a. Uji Validitas	50
b. Uji Reliabilitas	51
3. Uji Asumsi Klasik	52
a. Uji Normalitas	53
b. Uji Multikolinearitas	54

c. Uji Heterokedastisitas	56
d. Uji Linearitas	57
4. Uji Kesesuaian Model	58
a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	58
b. Uji F Anova	58
5. Uji Regresi Linier Berganda.....	60
6. Uji Hipotesis (Uji T)	61

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif	63
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	63
2. Deskripsi Responden	65
3. Deskripsi Variabel	68
B. Uji Kualitas Data	73
1. Uji Validitas	73
2. Uji Reabilitas	74
C. Uji Asumsi Klasik	75
1. Uji Normalitas	75
2. Uji Multikolonearitas	77
3. Uji Heterokedastitas	78
4. Uji Linieritas	79
D. Uji Kesesuaian Model	79

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	79
2. Uji F Anova	80
E. Uji Regresi Linier Berganda.....	81
F. Uji Hipotesis (Uji T)	83

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	85
B. Saran	88

DAFTAR PUSTAKA	87
-----------------------	----

LAMPIRAN	95
-----------------	----



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Tabel Top Brand Index Ban Mobil Tahun 2017-2019	5
1.2 Tabel Pra Survey	6
2.1 Tabel Hasil Penelitian Yang Relevan	31
3.1 Tabel Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	44
3.2 Tabel Skala Likert	46
4.1 Usia Responden	65
4.2 Tingka Pendidikan Responden.....	66
4.3 Pendapatan Responden	67
4.4 Pekerjaan Reponden	68
4.5 Hasil Uji Analisis Deskritif Pada Variabel Harga	69
4.6 Hasil Uji Analisis Deskritif Pada Variabel Citra Merk	70
4.7 Hasil Uji Analisis Deskritif Pada Variabel Kualitas	71
4.8 Hasil Uji Analisis Deskritif Pada Variabel Keputusan Pembelian.....	72

4.9 Hasil Uji Validitas	73
4.10 Hasil Uji Reabilitas.....	75
4.11 Hasil Uji Normalitas	76
4.12 Hasil Uji Multikoloniearitas.....	77
4.13 Hasil Uji Heterokedasitas.....	78
4.14 Hasil Uji Linieritas	79
4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	80



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

4.16 Hasil Uji F-Anova.....	81
4.17 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	82
4.18 Hasil Uji t	83



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR GRAFIK

	Halaman
1.1 Grafik Penjualan Ban	4



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Gambar Rerangka Konseptual	39



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Kuesioner	94
2. Rekapitulasi Hasil Kuesinoner.....	99



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA