

**ANALISIS PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN TOYOTA AVANZA DI SETIAJAYA CIBUBUR**

SKRIPSI



Nama : Muhammad Reza
NIM : 43116210048

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2020

**ANALISIS PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN TOYOTA AVANZA DI SETIAJAYA CIBUBUR**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana
Jakarta



Nama : Muhammad Reza
NIM : 43116210048

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Reza

Nim : 43116210048

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 28 Januari 2020



Muhammad Reza

Nim: 43116210048

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Reza
NIM : 43116210048
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh harga, Citra merek dan Kualitas produk Terhadap Keputusan pembelian Toyota Avanza di Setiajaya Cibubur

Tanggal Lulus Ujian : 28 Januari 2020

Disahkan Oleh :

Pembimbing



Dra. Yanti Murni, MM

Tanggal : 3 FEBRUARY 2020 .

Ketua Penguji



Indra Ade Irawan, SE., MM

Tanggal : 4, FEBRUARY 2020 .

Dekan



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

Tanggal : 6 FEBRUARY 2020 .

Ketua Program Studi

S1 Manajemen



Dr. Daru Asih, M.Si

Tanggal : 6 Feb 2020

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Jumlah responden seluruhnya ada 100 orang. Metode penarikan sampel menggunakan teknik purposive sampling. metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Metode analisis data dengan uji regresi linier berganda menggunakan SPSS versi 21. Penelitian ini membuktikan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.



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

ABSTRACT

This study discusses analyzing price, brand image, and product quality on purchasing decisions. The total number of respondents were 100 people. The sampling method uses purposive sampling technique. data collection methods using survey methods, the research instrument is a questionnaire. Data analysis method with multiple linear regression test using SPSS version 21. This study proves that the price proved positive and significant on purchasing decisions. It is their image that is positive and significant towards the purchase decision. Product quality is positive and significant towards purchasing decisions.

Keywords: Price, Brand Image, Product Quality, Purchasing Decisions.



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

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat ALLAH SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap keputusan pembelian Toyota Avanza Di Setiajaya Cibubur”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi peneliti ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya kepada Ibu Dra. Yanti Murni, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah mencurahkan anugerah – Nya dan ingin berterimakasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
3. Dr. Daru Asih, M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

4. Eri Marlapa, SE., MM selaku Sekertaris Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
5. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
6. Teristimewa, kedua orang tua tercinta dan keluarga besar yang telah memberikan doa, semangat, dukungan moral dan material yang tiada henti
7. Seluruh karyawan PT. Setiajaya mobilindo Cibubur menjadi responden pada penelitian ini
8. Sahabat yang selalu menyemangati dikala down dalam mengerjakan skripsi ini, untuk Rb Radityo, Queentya, Immanuel Frans, Tiara, nindya Terimakasih, tanpa semangat kalian penulis gak akan mungkin sampai sejauh ini
9. Para dosen di Fkultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasanya. Mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga dihadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan dan

kelemahan terhadap skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, Desember 2019

Muhammad Reza



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

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN	
HIPOTESIS.....	10
A. Kajian Teoritis.....	10
1. Manajemen Pemasaran.....	10
a. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	10
b. Konsep Pemasaran.....	10
c. Bauran Pemasaran	12
2. Keputusan Pembelian	13
a. Pengertian Keputusan Pembelian	13
b. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	14

3. Harga	16
a. Pengertian Harga	16
b. Dimensi dan Indikator Harga	16
c. Tujuan Penetapan Harga	17
4. Citra Merek	18
a. Pengertian Citra Merek	18
b. Dimensi dan Indikator Citra Merek	19
c. Manfaat Merek	20
5. Kualitas Produk	20
a. Pengertian Kualitas Produk	20
b. Dimensi dan Indikator Kualitas Produk	21
c. Tingkatan Produk	22
d. Klasifikasi Produk	23
6. Penelitian Tedahulu	24
B. Kerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis	29
1. Kerangka Konseptual	29
2. Pengembangan Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Waktu dan Tempat Penelitian	32
1. Waktu Penelitian	32
2. Tempat Penelitian	32
B. Desain Penelitian	32
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	32
1. Definisi Variabel	32
2. Operasionalisasi Variabel	33
D. Pengukuran Variabel	35

E. Populasi dan Sampel Penelitian	36
F. Metode Pengumpulan Data	38
G. Metode Analisis Data	38
1. Analisis Deskriptif	38
2. Uji Kualitas Data	39
3. Uji Asumsi Klasik	41
4. Uji Kesesuaian Model	47
5. Analisis Regresi Linier Berganda	49
6. Uji Hipotesis	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
A. Gambaran Umum	51
1. Sejarah Perusahaan	51
2. Visi dan Misi Perusahaan	52
B. Statistik Deskriptif	53
1. Karakteristik Profil Responden	54
2. Hasil Uji Deskriptif Variabel	56
C. Hasil Uji Kualitas Data	61
1. Hasil Uji Validitas	61
2. Hasil Uji Reliabilitas	64
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	65
1. Hasil Uji Normalitas	65
2. Hasil Uji Multikolonieritas	67
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
4. Hasil Uji Linieritas	68
E. Hasil Uji Kesesuaian Model	68

1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	68
2. Hasil Uji F Anova	69
F. Analisis Regresi Linier Berganda	70
G. Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	71
H. Pembahasan	72
1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	72
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	72
3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	81


 UNIVERSITAS
 MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Penjualan Mobil Di Indonesia 2015-2018	2
Tabel 1.2 Data Penjualan Toyota Avanza Cibubur Tahun 2016-2018.....	6
Tabel 1.3 Data Prasurvei.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	34
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert.....	36
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	55
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	55
Tabel 4.5 Kriteria Interpretasi Skor	57
Tabel 4.6 Hasil Uji Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	58
Tabel 4.7 Hasil Uji Deskriptif Variabel Harga	59
Tabel 4.8 Hasil Uji Deskriptif Variabel Citra Merek	60
Tabel 4.9 Hasil Uji Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	62
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	63
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	63
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas.....	65
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolonieritas	67
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67

Tabel 4.18 Hasil Uji Linieritas	68
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi	68
Tabel 4.20 Hasil Uji F Anova	69
Tabel 4.21 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	70
Tabel 4.22 Hasil Uji Hipotesis (Uji t).....	71



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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Kerangka Konseptual Penelitian	29
Gambar 3.1 Grafik Normalitas.....	43



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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Prasurvey	81
Lampiran 2 Kuesioner.....	82
Lampiran 3 Hasil Responden	90
Lampiran 4 Hasil Statistik Deskriptif	103
Lampiran 5 Hasil Uji Kualitas Data	107
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	111
Lampiran 7 Hasil Uji Kesesuaian Model.....	113
Lampiran 8 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis	114
Lampiran 9 r Tabel	115
Lampiran 10 F Tabel.....	116
Lampiran 11 t Tabel.....	117

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