

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOYOTA
AVANZA DI ASTRIDO TOYOTA KARAWANG**

SKRIPSI

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



Nama : Yogi Tri Laksono

NIM : 43114320045

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2019

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang menyatakan di bawah ini :

Nama : Yogi Tri Laksono

NIM : 43114320045

Program Studi : SI Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini 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).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 11 Januari 2019



Yogi Tri Laksono

NIM : 43114320045

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yogi Tri Laksono
NIM : 43114320045
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek
Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza
Di Astrido Toyota Karawang
Tanggal Lulus Ujian : 30 Januari 2019

Disahkan Oleh :

Pembimbing,



Dra. Yanti Murni, MM

Tanggal: 9/2/19

Ketua Penguji,



Dr. Nur Aisyah F. Pulungan, SE., MM

Tanggal: 10/2/19

Dekan,



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS., CMA., CRS

Tanggal: 12/2/19

Ketua Program Studi
S1 Manajemen,



Dudi Permana, Ph. D

Tanggal: 12/2/19

ABSTRACT

This study aimed to analyse the product quality, price and brand image on purchase decisions. The variables in this study consisted of product quality, price, brand image as the independent variable and purchase decisions as the dependent variable. The population in this study are consumers who use Toyota Avanza products located in Karawang. The sample in this study amounted to 100 respondents. Sampling technique using sampling techniques purposive sampling. Methods of data collection in this study using interviews and questionnaires. The data analysis used is multiple linear regression analysis using SPSS 21. Based on the results of data analysis shows that the partially variable product quality, price and brand image have a positive significant effect on purchase decisions on products Toyota Avanza. Simultaneously the three independent variables product quality, price and brand image have a positive significant effect on purchase decisions on products Toyota Avanza.

Keyword : Product Quality, Price and Brand Image, Purchase Decisions



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 pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari kualitas produk, harga, citra merek sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan produk Toyota Avanza yang berada di Karawang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik penentuan sampel menggunakan teknik sampling *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara dan kuesioner. Analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 21. Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa secara parsial variabel pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Toyota Avanza. Secara simultan ketiga variabel bebas yaitu kualitas produk, harga dan citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Toyota Avanza.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian



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

PERSEMBAHAN UNTUK ORANG TUA

Teruntuk kedua orang tua ku, kuselipkan persembahan puisi ku ini untuk mu atas apa yang saat ini ku capai meski hanya karya ilmiah dari studi S1 ku.

Sayap yang tak utuh
Aku melihat dirimu tertatih
Kau tak sanggup, terbang tinggi seperti mereka
Namun kau bisa pergi sejauh mereka
Membawa kami, ke tempat lebih baik

Aku merasakan
Kau memang tak mampu terbang secepat mereka
Namun kau tak pernah membuat kami tertinggal
Memberikan harapan kepada kami

Aku mengerti
Kau memang tak sekuat kepakan mereka
Namun kau tak pernah membiarkan kami terancam
Melindungi kami dengan doa-doa mu

Kau kepakan sebelah sayap mu
Layaknya kedua sayap yang sempurna

Namun Kau hanya memiliki sebelah sayap
Yang Membuat kami terkadang lupa
Kau terlalu sempurna

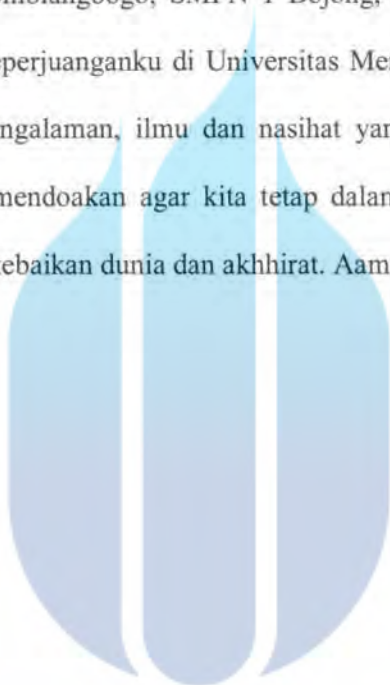
Untukmu kedua Orang Tuaku Tercinta
Bapak Nuroso dan Ibu Indayah
Dari anakmu
Yogi Tri Laksono

Serta bagi seseorang yang spesial yaitu calon istriku

Silvia Nanda Putri Erito

PERSEMBAHAN

Saya persembahkan karya sederhana ku kepada nabi ku Muhammad SAW serta para sahabat-sahabat nabi yang memotivasi ku untuk menjadi muslim yang dapat bermanfaat untuk orang lain dalam kapasitas yang besar. Ku persembahkan juga untuk kakak laki-laki, kakak perempuan dan adikku serta teman-temanku yang di SDN 1 Sumurjomblangbogo, SMPN 1 Bojong, SMKN 1 Kedungwuni dan juga teman-teman seperjuanganku di Universitas Mercu Buana Bekasi yang selalu memberikanku pengalaman, ilmu dan nasihat yang sangat berarti. Saya berharap untuk selalu mendoakan agar kita tetap dalam lindungan dari Allah SWT serta selalu dalam kebaikan dunia dan akhirat. Aamiin



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

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOYOTA AVANZA DI ASTRIDO TOYOTA KARAWANG”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal ini tidak lepas dari bimbingan Ibu Dra. Yanti Murni., MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat serta pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan allhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterimakasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, MS., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsyah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS.,CMA., CRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

4. Ibu Dra. Yanti Murni., MM., selaku Dosen Pembimbing, yang dengan sabarnya membimbing dan selalu support demi kelancaran skripsi.
5. Bapak Muhammad SE., MM selaku Sekertaris Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana..
7. Seluruh Dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
9. Teman-teman seangkatan tahun 2015/2016 yang telah saling memberi dukungan dan berjuang dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritikan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

UNIVERSITAS

Karawang, 11 Januari 2019

MERCU BUANA

Yogi Tri Laksono

NIM : 43114320045

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRACT.....	iii
ABSTRAK	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian dan Kontribusi Penelitian	6
1. Tujuan Penelitian	6
2. Kontribusi Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORITIS, RERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Kajian Teoritis	8
1. Manajemen Pemasaran	8
a. Pengertian Pemasaran	8
b. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
c. Bauran Pemasaran.....	10
d. Unsur-Unsur Bauran Pemasaran	11
2. Kualitas Produk.....	13

a. Definisi Kualitas Produk	13
b. Dimensi Kualitas Produk.....	13
3. Harga	15
a. Definisi Harga.....	15
b. Dimensi Harga.....	16
c. Indikator Harga	17
4. Citra Merek.....	18
a. Definisi Citra Merek.....	18
b. Dimensi dan Indikator Citra merek.....	19
5. Keputusan Pembelian	20
a. Definisi Keputusan Pembelian.....	20
b. Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	20
c. Model dan Pengambilan Keputusan Konsumen.....	22
d. Tipe Pengambilan Keputusan Konsumen.....	23
e. Proses Pembelian.....	25
f. Sub Keputusan Pembelian Konsumen	26
6. Penelitian Terdahulu	28
B. Rerangka Pemikiran	33
C. Pengembangan Hipotesis	36
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	36
2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	36
3. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	37

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	38
B. Desain Penelitian	38
C. Definisi dan Operationalisasi Variabel	38
1. Definisi variabel	38

2. Operasionalisasi Variabel	41
D. Pengukuran Variabel	45
E. Populasi dan Sampel Penelitian	45
1. Populasi Penelitian.....	45
2. Sampel Penelitian.....	46
F. Teknik Pengumpulan Data	47
G. Metode Analisis	49
1. Statistik Deskriptif	49
2. Uji Kualitas Data	50
a. Uji Validitas	50
b. Uji Reliabilitas	51
3. Uji Asumsi Klasik.....	51
a. Uji Normalitas.....	51
b. Uji Multikolonieritas.....	52
c. Uji Heteroskedastisitas.....	52
4. Uji Regresi Linier Berganda.....	53
5. Uji Kesesuaian Model.....	54
a. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	54
b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	54
c. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	55

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	56
1. Sejarah Astrido Toyota.....	56
2. Deskriptif Responden	58
a. Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	58
b. Deskriptif Responden Berdasarkan Usia	59
c. Deskriptif Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	59

d. Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
e. Deskriptif Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	61
B. Statistik Deskriptif	61
1. Hasil Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	62
2. Hasil Deskriptif Variabel Harga.....	63
3. Hasil Deskriptif Variabel Citra Merek.....	64
4. Hasil Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	65
C. Hasil Uji Kualitas Data	66
1. Hasil Uji Validitas	66
a. Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	66
b. Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Harga.....	67
c. Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Citra Merrek.....	68
d. Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	69
2. Hasil Uji Reliabilitas	70
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	71
1. Hasil Uji Normalitas.....	71
2. Uji Multikolonieritas.....	74
3. Uji Heteroskedastisitas	75
E. Analisis Regresi Linier Berganda	76
F. Hasil Uji Kesesuaian Model.....	78
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	78
2. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	79
3. Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	81
G. Pembahasan Hasil Penelitian	83
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	83
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	84
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	85

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	86
B. Saran	87
1. Bagi Perusahaan (Astrido Toyota)	87
2. Bagi Peneliti Selanjutnya.....	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	91

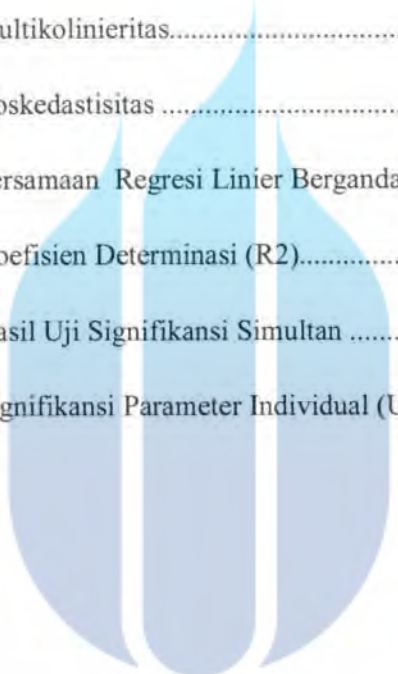


U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Tabel Penjualan mobil di Indonesia tahun 2013 - 2017.....	2
1.2	Tabel Total penjualan Avanza tahun 2004 hingga tahun 2017.....	4
1.3	Tabel Penjualan mobil 3 terbesar low mpv Januari – Februari 2018.....	5
2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	28
3.1	Tabel Operasional Variabel	42
3.2	Tabel Tingkat Jawaban Skala Likert.....	48
4.1	Tabel Deskriptif Responden Jenis Kelamin.....	58
4.2	Tabel Deskriptif Responden Berdasarkan Usia	59
4.3	Tabel Deskriptif Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	59
4.4	Tabel Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
4.5	Tabel Deskriptif Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	61
4.6	Tabel Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	62
4.7	Tabel Statistik Deskriptif Variabel Harga	63
4.8	Tabel Statistik Deskriptif Variabel Cita Merek.....	64
4.9	Tabel Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	65
4.10	Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	67
4.11	Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	67
4.12	Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	68

4.13	Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	69
4.14	Tabel Hasil Uji Reliabilitas	70
4.15	Tabel Hasil Uji Normalitas	71
4.16	Tabel Hasil Hasil Uji Normalitas data.....	72
4.17	Tabel Hasil Uji Histogram	73
4.18	Tabel Hasil Uji Multikolinieritas.....	74
4.19	Tabel Hasil Heteroskedastisitas	76
4.20	Tabel Hasil Uji Persamaan Regresi Linier Berganda	77
4.21	Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	79
4.22	Tabel Hasil Uji Hasil Uji Signifikansi Simultan	80
4.23	Tabel Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	82



UNIVERSITAS
MERCU BUANA