

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
(Studi Kasus Toyota Sienta Auto2000 Daan Mogot)**

**SKRIPSI**

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



**Program Studi Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVESITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2020**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fitri Yuli Astuti

Nim : 43116010061

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 18 Februari 2020



Fitri Yuli Astuti

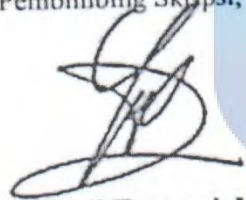
NIM : 43116010061

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Fitri Yuli Astuti  
Nim : 43116010061  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Toyota Sienta Auto2000 Daan Mogot)  
Tanggal Lulus Ujian : 30 Desember 2020

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi,



Dr. Yuli Harwani, M.M

Tanggal : 8 Januari 2021

Ketua Penguji,



Dr. Yanto Ramli, MM

Tanggal : 3 Januari 2021

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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

Tanggal : 08 - 02 - 2021

Ketua Program Studi S1  
Manajemen



Dr. Daru Asih, M.Si

Tanggal : 08 - 02 - 2021

## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Toyota Sienta Auto2000 Daan Mogot). Penelitian ini dilakukan terhadap 170 responden dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk SEM-PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

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



## **ABSTRACT**

*This research was conducted to determine the effect of Brand Image, Price and Product Quality on Consumer Purchasing Decisions (Case Study of Toyota Sienta Auto2000 Daan Mogot). This research was conducted on 170 respondents using a quantitative approach. Analysis of the data used is statistical analysis in the form of SEM-PLS. The results of this study indicate that the brand image variable has a positive effect on purchasing decisions, the price has a positive effect on purchasing decisions, product quality has a positive effect on purchasing decisions.*

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



## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, Studi Kasus pada Toyota Sienta Auto2000 Daan Mogot”. Proposal skripsi ini merupakan syarat kelulusan Universitas Mercu Buana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen S1.

Dalam penulisan proposal ini, penulis mendapat bantuan dari Dr. Yuli Harwani, M.M selaku Dosen Pembimbing penelitian yang selalu sabar membimbing, mengarahkan, memberikan semangat yang tiada hentinya dan saran-saran beserta motivasi kepada penulis sehingga penelitian ini dapat tersusun. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada :

1. Prof. Dr. Ngadino Surip,MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si.,CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Daru Asih, M.S selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami.

5. Seluruh teman-teman Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana angkatan 2016 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
6. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritikan yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam proposal skripsi ini. Akhir kata, semoga proposal skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 19 Februari 2020

Fitri Yuli Astuti

## DAFTAR ISI

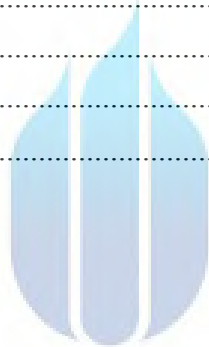
HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	6
1. Tujuan Penelitian.....	6
2. Kontribusi Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA, HIPOTESIS DAN KERANGKA KONSEPTUAL.....	8
A. Kajian Pustaka.....	8
1. Pemasaran.....	8
a. Pengertian Pemasaran.....	8
b. Konsep Pemasaran.....	9
c. Tujuan dan Fungsi Pemasaran.....	11
d. Bauran Pemasaran.....	11
2. Perilaku Konsumen .....	12
a. Pengertian Perilaku Konsumen.....	12
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	13
3. Citra Merek.....	15
a. Pengertian Merek.....	15
b. Pengertian Citra Merek.....	15



c. Manfaat Merek.....	15
d. Fungsi Merek .....	17
e. Dimensi dan Indikator Citra Merek .....	17
4. Harga .....	19
a. Pengertian Harga.....	19
b. Tujuan Penetapan Harga.....	19
c. Dimensi dan Indikator Harga.....	20
d. Metode Penetapan Harga .....	22
5. Kualitas Produk .....	22
a. Pengertian Produk.....	22
b. Tingkatan Produk.....	23
c. Klasifikasi Produk.....	24
d. Dimensi dan Indikator Kualitas Produk.....	25
e. Pengertian Kualitas Produk .....	27
6. Keputusan Pembelian .....	27
a. Pengertian Keputusan Pembelian .....	27
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian .....	28
c. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian .....	28
d. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	29
7. Penelitian Terdahulu.....	31
B. Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Konseptual .....	32
1. Pengembangan Hipotesis .....	32
2. Kerangka Konseptual .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>35</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	35
1. Waktu Penelitian .....	35
2. Tempat Penelitian.....	35
B. Desain Penelitian .....	35
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	36
1. Definisi Variabel .....	36

2. Operasional Variabel .....	36
D. Skala Pengukuran Variabel.....	38
E. Populasi dan Sampel .....	39
1. Populasi penelitian .....	39
2. Sampel .....	39
F. Metode Pengumpulan Data.....	40
G. Metode Analisis Data .....	41
1. Analisis Deskriptif.....	41
2. Analisis Inferensial.....	41
a. <i>Outer Model</i> .....	41
b. <i>Inner Model</i> .....	43
H. Pengujian Hipotesis.....	46
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	47
1. Sejarah PT Toyota Astra Motor .....	47
2. Analisis Karakteristik Profil Responden .....	48
1) Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
2) Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	48
3) Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	49
4) Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan .....	50
5) Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan.....	50
B. Karakteristik Jawaban Kuesioner .....	51
1. Karakteristik Jawaban Kuesioner Citra Merek .....	51
2. Karakteristik Jawaban Kuesioner Harga .....	51
3. Karakteristik Jawaban Kuesioner Kualitas Produk .....	52
4. Karakteristik Jawaban Kuesioner Keputusan Pembelian.....	53
C. Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian.....	53
1. Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i> .....	53
2. <i>Discriminant Validity</i> .....	58
3. <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha</i> .....	60
4. Pengujian Model Struktural / Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ) .....	61

a) Nilai <i>R-Square</i> .....	61
b) Nilai Predictive Relevance (Q2) .....	62
c) Nilai <i>Goodness of Fit</i> (GoF) .....	63
d) Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur) .....	63
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	65
1. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	65
2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	66
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	66
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....	67
A. Simpulan .....	67
B. Saran .....	67
DAFTAR PUSTAKA .....	70
LAMPIRAN .....	75



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data penjualan produk mobil di Indonesia, dari tahun 2016-2018.....	3
Tabel 1.2 Data Penjualan Mobil Toyota Tipe MPV, dari tahun 2016-2018.....	4
Tabel 1.3 Pra Survey.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3.1 Variabel Operasional Keputusan Pembelian.....	37
Tabel 3.2 Skala Likert.....	38
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	49
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	50
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
Tabel 4.6 Karakteristik Jawaban Responden Citra Merek.....	51
Tabel 4.7 Karakteristik Jawaban Responden Harga.....	51
Tabel 4.8 Karakteristik Jawaban Responden Kualitas Produk.....	52
Tabel 4.9 Karakteristik Jawaban Responden Keputusan Pembelian.....	53
Tabel 4.10 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	55
Tabel 4.11 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> Modifikasi.....	57
Tabel 4.12 Hasil Output AVE.....	57
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i> .....	58
Tabel 4.14 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Fornell-Lacker)</i> .....	59
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	61
Tabel 4.16 Nilai R-Square.....	61
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Hipotesis.....	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	34
Gambar 4.1 Hasil <i>Output</i> Diagram Jalur Awal .....	54
Gambar 4.2 Hasil <i>Output</i> Diagram Jalur Modifikasi .....	56
Gambar 4.3 Hasil <i>Bootstrapping</i> .....	64

