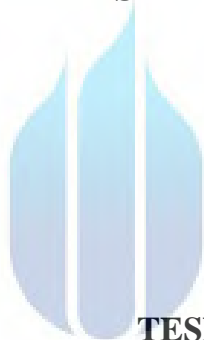




**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA,
PROMOSI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA MEREK OTOMOTIF WULING DENGAN
MEDIASI MINAT BELI**



TESIS

HENDRA WAHYUDI

55119110003

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

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

2022



**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA,
PROMOSI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA MEREK OTOMOTIF WULING DENGAN
MEDIASI MINAT BELI**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
HENDRA WAHYUDI
55119110003

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2022

i

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merek Otomotif Wuling Dengan Mediasi Minat Beli

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah

Nama : Hendra Wahyudi

NIM : 55119110003

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 12 September 2022

Mengesahkan

Pembimbing



MERCU BUANA
(Dr. Alugoro Mulyowahyudi, M.M.)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Dr. Erna Sofriana Imaningsih, S.E., M.Si.)

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Dr. Lenny Christina Nawangsari, M.M.)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merek Otomotif Wuling Dengan Mediasi Minat Beli

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah

Nama : Hendra Wahyudi

NIM : 55119110003

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 12 September 2022

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 12 September 2022



Hendra Wahyudi

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Hendra Wahyudi
NIM : 55119110003
Program Studi : MPS

dengan judul

“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MEREK OTOMOTIF WULING DENGAN MEDIASI MINAT BELI”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 27/05/2022, didapatkan nilai persentase sebesar 23 %.

Jakarta, 27 Mei 2022

Administrator Turnitin

UNIVERSITAS
MERCUBUANA

Arie Pangudi, A.Md

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul: “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merek Otomotif Wuling Dengan Mediasi Minat Beli”. Tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Penyusunan Tesis ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tesis ini terutama kepada :

1. Dr. Alugoro Mulyowahyudi, M.M., selaku Dosen pembimbing tesis. Secara khusus penulis berterima kasih dan memberikan respek mendalam kepada beliau yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya tesis ini.
2. Dr. Harwikarya, M.T., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Lenny Nawangsari, M.M., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Semua pihak yang telah turut membantu hingga terselesaikannya penyusunan tesis ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Akhir kata, semoga tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 12 September 2022

Hendra Wahyudi

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
LEMBAR PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Batasan Masalah	12
1.4 Tujuan	13
1.5 Manfaat	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Manajemen Pemasaran	15
2.2 Kualitas Produk	16
2.3 Harga	17
2.4 Promosi	18
2.5 Citra Merek	18
2.6 Minat Beli	19
2.7 Keputusan Pembelian	22
2.8 Penelitian Terdahulu	25
2.9 Pengembangan Hipotesis	37
2.9.1 Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli	37
2.9.2 Pengaruh harga terhadap minat beli	38
2.9.3 Pengaruh promosi terhadap minat beli	38
2.9.4 Pengaruh citra merek terhadap minat beli	39
2.9.5 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian	39
2.9.6 Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian	40
2.9.7 Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian	40
2.9.8 Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian	40
2.9.9 Pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian	41
2.10 Hipotesis Penelitian	41
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Desain Penelitian	43
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	44
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	49
3.4 Metode Pengumpulan Data	50

3.5	Metode Analisis Data	52
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1	Deskripsi Perusahaan	57
4.2	Sejarah Perusahaan.....	57
4.3	Analisis Data Deskriptif.....	59
4.4	Hasil Analisis Partial Least Square	77
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	89
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	95
5.1	Kesimpulan.....	95
5.2	Saran	96
	DAFTAR PUSTAKA	100
	LAMPIRAN.....	103



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Merek Mobil di Indonesia berdasarkan Negara Asal 2
Tabel 1.2	<i>Research Gap</i> Penelitian..... 9
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu 26
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel 48
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden..... 59
Tabel 4.2	Analisa Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian..... 61
Tabel 4.3	Tabulasi Jawaban Responden untuk Variabel Keputusan Pembelian ... 62
Tabel 4.4	Analisa Jawaban Responden Terhadap Minat Beli 65
Tabel 4.5	Tabulasi Jawaban Responden untuk Variabel Minat Beli 65
Tabel 4.6	Analisa Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk..... 67
Tabel 4.7	Tabulasi Jawaban Responden untuk Variabel Kualitas Produk 68
Tabel 4.8	Analisa Jawaban Responden Terhadap Harga..... 70
Tabel 4.9	Tabulasi Jawaban Responden untuk Variabel Harga..... 71
Tabel 4.10	Analisa Jawaban Responden Terhadap Promosi 73
Tabel 4.11	Tabulasi Jawaban Responden untuk Variabel Promosi 73
Tabel 4.12	Analisa Jawaban Responden Terhadap Citra Merek 74
Tabel 4.13	Tabulasi Jawaban Responden untuk Variabel Citra Merek 75
Tabel 4.14	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> 78
Tabel 4.15	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loadings)</i> 80
Tabel 4.16	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Fornell-Lacker Criterion)</i> 82
Tabel 4.17	Hasil pengujian <i>Discriminant Validity (Heterotrait-Monotrait Ratio)</i> .. 82
Tabel 4.18	Hasil pengujian AVE (<i>Average Variance Extracted</i>)..... 83
Tabel 4.19	Hasil Pengujian <i>Validity dan Reliability Construct</i> 83
Tabel 4.20	Hasil Uji <i>R-Square</i> 85
Tabel 4.21	Hasil Uji <i>f-Square</i> 86
Tabel 4.22	Uji Hipotesis 87
Tabel 4.23	Uji Mediasi 88

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 <i>Market</i> Mobil Global 2020	1
Gambar 1.2 <i>Market</i> Mobil di Wilayah Asia Tenggara 2019 – <i>Ytd</i> Nov 2021	2
Gambar 1.3 <i>Market share</i> Merek Mobil di Indonesia Tahun 2017-2021	3
Gambar 1.4 Wuling di Industri Otomotif Indonesia Tahun 2017-2021	4
Gambar 1.5 Hasil Pra Survey.....	8
Gambar 2.1 Fungsi Manajemen Pemasaran.....	15
Gambar 2.2 Tahapan dalam Proses Keputusan Pembelian.....	22
Gambar 2.3 Rerangka Pemikiran	41
Gambar 4.1 Usia Responden.....	60
Gambar 4.2 Algoritma PLS	79
Gambar 4.3 Hasil pengujian kriteria fit	87
Gambar 4.4 Hasil Pengujian Redudansi Validasi-Silang Konstruk.....	88



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1.1 Kuesioner Penelitian.....	103
Lampiran 1.2 Rekapitulasi Hasil Kuesioner	106
Lampiran 1.3 Cek <i>Similarity</i>	107
Lampiran 1.4 <i>Curriculum Vitae</i>	108

