

**PENGARUH NEGARA ASAL, CITRA MEREK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOBIL MITSUBISHI MOTOR**

SKRIPSI



Nama : Husny Fauzi

NIM : 43117110263

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

2022

**PENGARUH NEGARA ASAL, CITRA MEREK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOBIL MITSUBISHI MOTOR**

SKRIPSI

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



**Nama : Husny Fauzi
NIM 43117110263**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2022**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Husny Fauzi
Nim : 43117110263
Program : Manajemen S1

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 tindakan plagiat (penjiplakan). Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 24 Februari 2022



Husny Fauzi

43117110263

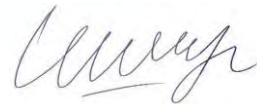
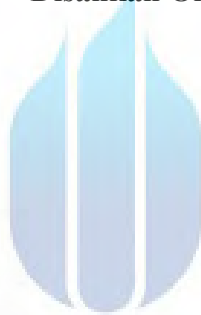
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Husny Fauzi
NIM : 43117110263
Program Studi : Manajemen S1
Judul Penelitian : Pengaruh Negara Asal, Citra Merek dan Persepsi
Harga terhadap Keputusan Pembelian Mobil
Mitsubishi Motor
Tanggal Lulus :

Disahkan Oleh:

Pembimbing

Ketua Penguji



(Prof. Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho,
MM., IPU., CMA., MSS)

(Dr. Catur Widayati, SE.,MM)

Dekan

Ketua Program Studi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

S-1 Manajemen



(Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si)

(Dr. H. Sonny Indrajaya, MM)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Negara Asal, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Motor”**. Penelitian skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Dalam penyusunan penelitian skripsi ini penulis menyadari skripsi masih jauh dari kata sempurna serta masih banyak kekurangan baik dalam metode penyusunan maupun dalam pembahasan materi. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis.

Penyusunan penelitian skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan serta dorongan dari berbagai pihak, khususnya Bapak Prof. Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM., IPU., CMA., MSS selaku Dosen Pembimbing penelitian skripsi yang telah membantu membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat dan motivasi serta waktu yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan penelitian skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati penulis juga ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan penelitian skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Prof.Dr.Ir. Arisetyanto Nugroho, MM., IPU., CMA., MSS selaku Dosen Pembimbing Penelitian Skripsi yang telah memberikan saran dan

waktu serta bimbingan dan pengetahuan yang bermanfaat demi terselesaikannya penelitian skripsi ini.

3. Ibu Dr, Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM. Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh Dosen Program studi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmunya kepada kami.
6. Orang Tua dan Istri tercinta yang selalu memberikan do'a dan semangat serta dukungan yang tiada henti-hentinya.
7. Seluruh teman-teman Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana angkatan 31 (2017) yang selalu memberikan motivasi serta semangat dalam penyusunan Penelitian Skripsi ini.
8. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya hanya manusia biasa, bahwa penelitian skripsi ini tidak terlepas dari kesalahan dan kekurangan karena keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Semoga penelitian skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 24 Februari 2022

Husny Fauzi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ASBTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kontribusi Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	8
A. Kajian Pustaka.....	8
1. Manajemen Pemasaran.....	8
2. Perilaku Konsumen (Consumer Behavior)	9
3. Keputusan Pembelian.....	11
a. Definisi Keputusan Pembelian	11
b. Tujuan Keputusan Pembelian.....	13
c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	14
d. Dimensi Keputusan Pembelian	16
4. Negara Asal	17
a. Definisi Negara Asal	17
b. Tujuan Negara Asal.....	18

c.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Negara Asal.....	19
d.	Dimensi Negara Asal	19
5.	Citra Merek	20
a.	Definisi Citra Merek.....	20
b.	Tujuan Citra Merek	21
c.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek	23
d.	Dimensi Citra Merek	23
6.	Persepsi Harga.....	24
a.	Definisi Persepsi Harga	24
b.	Tujuan Persepsi Harga	25
c.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Harga	26
d.	Dimensi Persepsi Harga	27
7.	Penelitian Terdahulu	27
B.	Pengembangan Hipotesis	32
1.	Pengaruh Negara Asal terhadap Keputusan Pembelian	32
2.	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	32
3.	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		35
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.	Definisi Operasional Variabel	38
D.	Skala Pengukuran Variabel	39
E.	Populasi dan Sampel	40
1.	Populasi Penelitian	40
2.	Sampel Penelitian	41
F.	Metode Pengumpulan Data	41
G.	Metode Analisis Data	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A. Analisis Deskriptif.....	49
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	49
2. Deskripsi Responden.....	50
a. Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
b. Deskripsi Responden berdasarkan Usia	51
c. Deskripsi Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	52
d. Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan.....	52
e. Deskripsi Responden berdasarkan Penghasilan per Bulan	53
3. Deskripsi Variabel.....	54
a. Hasil Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	54
b. Hasil Deskripsi Variabel Negara Asal	56
c. Hasil Deskripsi Variabel Citra Merek.....	58
d. Hasil Deskripsi Variabel Persepsi Harga	59
B. Analisis Data	61
1. Component Based Structural Modelling	61
2. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	61
a. Convergent Validity	61
b. Discriminant Validity.....	64
c. Uji Reliabilitas.....	66
3. Evaluasi Model Struktural/Uji Hipotesis (Inner Model).....	67
a. Nilai R-Square.....	67
b. Nilai Predictive Relevance (Q Square)	67
c. Nilai f-square (F ²).....	68
d. Evaluasi Model Fit	69
e. Hasil Pengujian Hipotesis	69
C. Pembahasan Hasil Penelitian	72
1. Negara Asal terhadap Keputusan Pembelian	72
2. Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	73
3. Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	74

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	75
A. Simpulan.....	75
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	81



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra Survey.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Definisi Variabel Operasional.....	38
Tabel 3.2 Skala Penilaian Kuesioner	40
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	52
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	53
Tabel 4.6 Hasil Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	54
Tabel 4.7 Hasil Deskripsi Variabel Negara Asal	56
Tabel 4.8 Hasil Deskripsi Variabel Citra Merek.....	58
Tabel 4.9 Hasil Deskripsi Variabel Persepsi Harga	60
Tabel 4.10 Hasil Nilai <i>Loading Factor</i>	63
Tabel 4.12 Uji <i>Fornell Lacker Criterion</i>	64
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Tabel 4.15 Nilai Koefisien Determinasi.....	67
Tabel 4.16 Hasil Uji Nilai <i>Predictive Relevance (Q²)</i>	68
Tabel 4.17 Nilai <i>f square</i>	68
Tabel 4.18 Hasil Uji Evaluasi Model Fit	69
Tabel 4.19 Hasil Uji Signifikansi Antar Variabel.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penjualan Mobil di Asia Tenggara.....	1
Gambar 1.2 <i>Market Share</i> Negara Produsen Mobil di Indonesia	2
Gambar 1.3 Data Penjualan Mitsubishi dan Kompetitor	3
Gambar 1.4 Pangsa Pasar Mobil di Indonesia	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 4.1 Hasil Output Diagram Jalur.....	62
Gambar 4.2 Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	81
Lampiran 2. Hasil Kuesioner	86
Lampiran 3 Output Smart PLS.....	104

