

**PENGARUH *DESIGN PRODUCT*, *PRICE* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MOBIL DAIHATSU ALL NEW TERIOS
(Studi pada PT. Astra International Tbk. Cabang Sunter)**

SKRIPSI



NIM : 43115110410

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

2022

PENGARUH *DESIGN PRODUCT*, *PRICE* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MOBIL DAIHATSU ALL NEW TERIOS (Studi pada PT. Astra International Tbk. Cabang Sunter)

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan
Bisnis**

Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana

Jakarta



Nama : Fuad Eko Supriatno

NIM : 43115110410

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

2022

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fuad Eko Supriyatno

NIM : 43115110410

Program Studi : S1 Manajemen

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 melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 27 Agustus 2022



Fuad Eko Supriyatno

43115110410

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Fuad Eko Supriyatno
NIM : 43115110410
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH DESIGN PRODUCT, PRICE DAN BRAND IMAGE
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MOBIL
DAIHATSU ALL NEW TERIOS (Studi pada PT. Astra International
Tbk. Cabang Sunter)
Tanggal Sidang : 4 Maret 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Catur Widayati, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA 03232204



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *design product*, *price* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian. Desain penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* 150 responden yang pernah membeli Daihatsu All New Terios minimal satu kali pembelian. Metode analisis data yang digunakan adalah *structural equation modelling* dengan menggunakan *smartpls*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *design product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *price* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *design product*, *price*, *brand image*, keputusan pembelian



ABSTRACT

This study aims to determine the influence of product design, price and brand image on purchasing decisions. The research design used is quantitative. The sampling technique uses purposive sampling of 150 respondents who have purchased Daihatsu All New Terios at least once. The data analysis method used is structural equation modeling using smartpls. The results showed that product design has a positive and significant effect on purchasing decisions, price has a negative and significant effect on purchasing decisions, brand image affects purchasing decisions.

Kata Kunci: design product, price, brand image, purchase decision.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur peneliti panjatkan kehadirat ALLAH SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Pengaruh *Design Product, Price dan Brand image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mobil Daihatsu All New Terios (Studi pada PT. International Tbk. Cabang Sunter)***”. Skripsi ini merupakan salah satu 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 ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dr. Catur Widayati, SE., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng Selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen 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.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya.



Jakarta, 27 Agustus 2022

Fuad Eko Supriyatno

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kontribusi Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	9
1. Pemasaran	9
2. Perilaku Konsumen	10
3. <i>Design Product</i>	11
4. <i>Price</i>	14
5. <i>Brand Image</i>	17
6. Keputusan Pembelian.....	19
7. Penelitian Terdahulu	28
B. Pengembangan Hipotesis	28
1. Pengaruh <i>Design Product</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2. Pengaruh <i>Price</i> terhadap Keputusan Pembelian	29
3. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat penelitian	32
B. Desain Penelitian	32
C. Definisi Operasionalisasi Variabel	33
1. Definisi Variabel	33
2. Oprasionalisasi Variabel	34
D. Skala Pengukuran	36
E. Populasi dan Sampel Peneitian	36
1. Populasi Penelitian	36
2. Sampel Penelitian.....	36
F. Metode Pengumpulan Data.....	37
G. Metode Analisis Data.....	38

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
B. Analisis Deskriptif.....	45
1. Deskriptif Responden	45
2. <i>Structural Equation Modelling</i>	50
D. Pembahasan	63
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	64
B. Saran	66
 DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	70



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

No. Judul	Halaman
1.1 Hasil Pra Survei.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu	26
3.1 Operasional Variable <i>Design Product</i>	35
3.2 Operasional Variable <i>Price</i>	36
3.3 Operasional Variable <i>Brand Image</i>	36
3.4 Operasional Variable Keputusan Pembelian.....	36
3.5 Skala Likert	37
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	45
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Upah/Gaji	46
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.	47
4.6 Deskripsi Jawaban kuisisioner variable <i>Design Product</i>	48
4.7 Deskripsi Jawaban kuisisioner variable <i>Price</i>	49
4.8 Deskripsi Jawaban kuisisioner variable <i>Brand Image</i>	50
4.9 Deskripsi Jawaban kuisisioner variable Keputusan Pembelian	51
4.10 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	52
4.11 Hasil pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	54
4.12 Hasil Pengujian AVE	55
4.13 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterium).....	56
4.14 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross loadings).....	57
4.15 Hasil Pengujian Composite Reliability & Cronbach's Alpha	59
4.16 Nilai R ² Variable Endogen.....	60
4.17 Hasil Pengujian Hipotesis	61

MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

No. Judul	Halaman
1.1 Wholesale Mobil Merek Daihasu Tahun 2017-2021	2
1.2 Data Penjualan Mobil Segmen LSUV 2017-2021	2
1.3 Wholesale Mobil Merek Daihatsu All New Terios Tahun 2017- 2021	4
2.1 Kerangka Konseptual	32
4.1 Hasil Algoritma PLS	53
4.2 Hasil Algoritma PLS Modifikasi	55
4.3 Uji Bootstrapping	63



DAFTAR LAMPIRAN

No. Keterangan	Halaman
1. Kuisisioner Penelitian.....	81
2. Hasil Kuisisioner	88
3. Hasil Output Partial Least Square (PLS)	104



UNIVERSITAS
MERCU BUANA