

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL  
TOYOTA AVANZA DI SHOWROOM KHAIRA MOBILINDO,  
BEKASI**

**SKRIPSI**



**Nama : Indah Savitri**

**NIM : 43119210100**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1)**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2023**

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL  
TOYOTA AVANZA DI SHOWROOM KHAIRA MOBILINDO,  
BEKASI**

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



Nama : Indah Savitri

NIM : 43119210100

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1)**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2023**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Indah Savitri  
NIM : 43119210100  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza di Showroom Khaira Mobilindo, Bekasi  
Tanggal Sidang : 28 Januari 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Eri Marlapa, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 02232115



Please Scan QRCode to Verify

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Indah Savitri

NIM : 43119210100

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumber 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, 28 Januari 2023



Indah Savitri

NIM : 43119210100

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza di Showroom Khaira Mobilindo, Bekasi.”** Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusun Proposal Skripsi penelitian ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan serta dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya kepada Bapak Dr. Eri Marlapa, SE, MM., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat- nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti.

Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ingin mengucapkan puji dan syukurkehadirat Allah SWT yang telah memberikan kekuatan kepada peneliti dan peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Eri Marlapa, SE, MM selaku Sekretaris Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Supriyatno, S.Sos, MM. selaku dosen penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.
6. Ibu Merdiyanti Rika Kusuma, SH, MM. selaku dosen penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan dan saran agar skripsi ini menjadi lebih baik.
7. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya kepada peneliti.
8. Teristimewa, terima kasih kepada orang tua saya yang telah memberikan semangat, doa serta dukungan moral dan material yang tiada henti – hentinya kepada saya serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Terima kasih kepada seluruh teman-teman saya Indah, Nabila Fatarani, Septi Adista, Mila Septiarini, Alin Agustin, Ichsan Solichin, Taufik Hidayat, Topik, Idon dan Ibnu Bima yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada saya agar saya semangat menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh karyawan Showroom Khaira Mobilindo yang telah bersedia membantu dalam proses penelitian.

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

Bekasi, Juni 2022

Indah Savitri



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Kontribusi Penelitian .....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL, PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	10
A. Kajian Pustaka .....	10
1. Manajemen Pemasaran .....	10
a. Definisi Manajemen Pemasaran .....	10
b. Tujuan Pemasaran.....	11
c. Fungsi Pemasaran .....	11
2. Keputusan Pembelian .....	12
a. Definisi Keputusan Pembelian.....	12
b. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian .....	13
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	15
3. Citra Merek .....	15
a. Definisi Citra Merek .....	15
b. Dimensi-dimensi Citra Merek .....	16
c. Indikator-Indikator Citra Merek.....	17
d. Manfaat Merek.....	17
4. Promosi .....	18
a. Definisi Promosi .....	18
b. Dimensi dan Indikator Promosi .....	18
c. Tujuan Promosi.....	19
5. Kualitas Produk.....	20
a. Definisi Kualitas Produk.....	20
b. Dimensi dan Indikator Kualitas Produk .....	21
c. Manfaat dari Kualitas Produk .....	23
6. Penelitian Terdahulu .....	23
B. Rerangka Konseptual.....	26
C. Pengembangan Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	29
B. Desain Penelitian .....	29
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	30

1. Definisi Variabel .....	30
a) Variabel Terikat ( <i>Dependent Variable</i> ) : Y .....	30
b) Variabel Bebas ( <i>Independent Variable</i> ) : X .....	30
2. Operasionalisasi Variabel .....	31
D. Pengukuran Variabel .....	32
E. Populasi dan Sampel .....	33
1. Populasi .....	33
2. Sampel .....	33
F. Metode Pengumpulan Data .....	35
G. Metode Analisis Data .....	35
1. Analisis Statistik Deskriptif .....	35
2. Analisis <i>Partial Least Square</i> .....	36
(a) Evaluasi <i>Measurement</i> ( <i>Outer Model</i> ) .....	37
1) <i>Convergent Validity</i> .....	38
2) <i>Discriminant Validity</i> .....	39
3) <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) .....	39
4) <i>Composite Reability</i> .....	40
(b) Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ) .....	40
1) Nilai <i>R-Square</i> .....	41
2) <i>Goodness of Fit Model</i> .....	42
3) Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur) .....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	43
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	43
B. Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif .....	44
1. Deskripsi Karakteristik Responden .....	45
a) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	45
b) Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	45
c) Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Bulan .....	46
2. Deskripsi Variabel .....	46
a. Variabel Citra Merek .....	46
b. Variabel Promosi .....	47
c. Variabel Kualitas Produk .....	47
d. Variabel Keputusan Pembelian .....	48
C. Hasil Uji Analisis Data <i>Partial Least Square</i> .....	49
(a) Evaluasi Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	49
1. <i>Convergent Validity</i> .....	50
2. <i>Discriminant Validity</i> .....	52
3. <i>Average Extracted Variance</i> (AVE) .....	52
4. <i>Composite Reability</i> .....	53
(b) Pengujian Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	54
1. Nilai <i>R-Square Adjusted</i> .....	54



2. Predictive Relevance.....	55
3. Hasil Pengujian Hipotesis.....	55
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	58
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	61
A. Simpulan.....	61
B. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN.....	66



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Wholesale Penjualan Mobil Low MPV Pada Tahun 2021 .....	4
Gambar 2. 1 Rerangka Konseptual .....	26
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS .....	50
Gambar 4. 2 Hasil Uji Bootstrapping.....	57



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Harga Mobil Second Low MPV .....	5
Tabel 1. 3 Data Penjualan Toyota Avanza Di Showroom Khaira Mobilindo .....	5
Tabel 1. 4 Pra Survei Variabel-Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Pra-Survei.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	31
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	45
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Bulan .....	46
Tabel 4. 4 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek .....	46
Tabel 4. 5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi.....	47
Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk .....	47
Tabel 4. 7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	48
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Convergent Validity .....	51
Tabel 4. 9 Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker Critetion) .....	52
Tabel 4. 10 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	52
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha .....	53
Tabel 4. 12 Nilai Variabel Endogen.....	54
Tabel 4. 13 Predictive Relevance (Q2 ) .....	55
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Hipotesis .....	56

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian .....	66
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	73

