

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING
DAN MINAT BELI PRODUK BMW 330i M SPORT**

(Studi kasus pada peminat mobil sport BMW di Jakarta)

SKRIPSI



Nama : MUHAMMAD ZIQRI

NIM : 43116010255

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

2021

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING
DAN MINAT BELI PRODUK BMW 330i M SPORT**

(Studi kasus pada peminat mobil sport BMW di Jakarta Selatan)

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : MUHAMMAD ZIQRI

NIM : 43116010255

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

2021

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Ziqri
NIM : 43116010255
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 (penjiplak).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 29 September 2021

UNIVERSITA
MERCU BUANA



Muhammad Ziqri
NIM: 43116010255

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Ziqri
NIM : 43116010255
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keunggulan bersaing dan Minat beli Produk BMW 330I M SPORT (Studi kasus pada peminat mobil sport BMW di Jakarta Selatan.
Tanggal Lulus Ujian : 29 September 2021

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi,

Ketua Penguji,



Dr. Yanto Ramli., MM

Tanggal : 29 September 2021



Dr. IR. Dzulfetri MP, MM

Tanggal : 29 September 2021

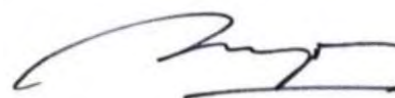
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi S1 Manajemen,



Dr. Erna Sofriana Imaningsi, SE, M,Si

Tanggal : 29 September 2021



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

Tanggal : 29 September 2021

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul **“Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keunggulan Bersaing dan Minat Beli produk BMW 330I M Sport”**.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari kekurangan karena keterbatasan akan kemampuan penulis. Pemikiran, rekomendasi, maupun dorongan dari berbagai pihak dirasakan sangat membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, Ms., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsi, SE M,Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Yanto Ramli, MM., selaku dosen pembimbing yang telah sabar memberikan saran, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasihat-nasihat beserta motivasi yang sangat bermanfaat kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat tersusun.
5. Jajaran Program studi manajemen S1, Bapak Eri Marpala, SE, MM selaku sekretaris program studi Manajemen S1.

6. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.
7. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
8. Teristimewa, kedua orangtua tercinta dan Saudara saya serta Marjanah Arifah Rifqoh Adilah adalah motivasi terbesar yang selalu memberikan semangat, doa, motivasi, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moral maupun material.
9. Teman seperjuangan peneliti dan teman satu bimbingan peneliti Harry Satria Ilmawan, Achmad Rizal, Ega Taupik Hidayat, yang selalu membantu, memberikan semangat dan motivasi peneliti dalam mengerjakan skripsi ini.
10. Teman yang sering mengerjakan tugas dan main bersama yaitu Revita Supardi, Fakhri Maulidi, Ryan Syafad, Yose Rizal, Yudo Rizki, Maydena, Muhamad Rizki Maulana, Fendy Fergiawan, Muhammad Faizal, yang sudah memotivasi peneliti dalam mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini.

11. Teman seperjuangan WARLAP CREW yang sudah memotivasi untuk cepat menyelesaikan skripsi ini.
12. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya yang telah diberikan kepada peneliti.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.



Jakarta, 29 September 2021

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Muhammad Ziqri

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kontribusi Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	13
A. Kajian Pustaka	13
1. Manajemen Pemasaran	13
2. Minat Beli (Z)	14
a. Pengertian Minat Beli	14
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli (Z)	15
c. Macam-Macam Minat Beli	16
d. Dimensi dan Indikator Minat Beli	17
3. Keunggulan Bersaing (Y)	18
a. Definisi Keunggulan Bersaing	18
b. Dimensi dan Indikator Keunggulan Bersaing	19
4. Citra Merek (X1)	19
a. Definisi Citra Merek	19
b. Fungsi Pemberian Merek	20
c. Dimensi dan Indikator Citra Merek	21
5. Kualitas Produk (X2)	21

a.	Definisi Kualitas Produk	21
b.	Dimensi dan Indikator Kualitas Produk	24
6.	Persepsi Harga (X3)	27
a.	Pengertian Harga (X3)	27
b.	Tujuan Penetapan Harga	28
c.	Dimensi dan Indikator Harga	28
B.	Penelitian Terdahulu	29
C.	Pengembangan Hipotesis	35
1.	Pengaruh Citra Merek terhadap Keunggulan Bersaing	35
2.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing	35
3.	Pengaruh Harga terhadap Keunggulan Bersaing	35
4.	Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli	35
5.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli	36
6.	Pengaruh Harga terhadap Minat Beli	36
7.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap minat beli	36
BAB III	METODE PENELITIAN	37
A.	Waktu dan Tempat Penelitian	37
B.	Desain Penelitian	37
C.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	38
D.	Operasionalisasi Variabel	38
E.	Skala Pengukuran Variabel	42
F.	Populasi dan Sampel Penelitian	43
1.	Populasi Penelitian	43
2.	Sampel Penelitian	43
G.	Metode Pengumpulan Data	44
H.	Metode Analisis Data	45
1.	Evaluasi <i>Measurement (Outel Model)</i>	47
a.	<i>Convergent Validity</i>	47
b.	<i>Discriminant Validity</i>	47
c.	<i>Average Variance Extracted</i>	48
d.	<i>Composite Reliability</i>	48
2.	Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	48
a.	Nilai <i>R-Square</i>	49
b.	<i>Goodness of Fit Model</i>	49
c.	Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)	49
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	50
A.	Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	50
1.	Produk-Produk Mobil BMW	52
B.	Statistik Deskriptif	53
1.	Deskripsi Responden	53

2.	Deskripsi Responden Berdasarkan Kelamin	53
3.	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	54
4.	Deskripsi Responden Berdasarkan Status Pekerja	55
5.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	56
6.	Deskripsi Variabel	57
	a. Variabel Citra Merek	57
	b. Variabel Kualitas Produk	58
	c. Variabel Persepsi Harga	59
	d. Variabel Keunggulan Bersaing	60
	e. Variabel Minat Beli	60
C.	Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	61
D.	Evaluasi Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	62
E.	Uji Validasi	62
	a. <i>Convergen Validity</i>	62
	b. <i>Discriminant Validity</i>	65
	c. <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	68
F.	Uji Reabilty	70
	a. Pengujian Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	71
	1) Nilai <i>R-Square</i> (R^2)	71
	2) <i>Goodness of Fit Model</i>	72
	b. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)	73
	f. Pembahasan Hasil Penelitian	74
	1) Pengaruh Citra Merek Terhadap Keunggulan Bersaing	75
	2) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing	75
	3) Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keunggulan Bersaing	76
	4) Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	76
	5) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	77
	6) Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli	77
	7) Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Minat Beli	78
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	79
	A. Kesimpulan	79
	B. Saran	82
	DAFTAR PUSTAKA	85
	LAMPIRAN	87

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1.	Daftar Absensi Karyawan PT. Flour Mills Indonesia, Cilegon	3
1.2.	Daftar Total Jumlah Karyawan Departemen <i>Maintenance and Engineering</i> PT. Flour Mills Indonesia, Cilegon	4
1.3.	Kuisisioner Pra Survei	6
2.1.	Penelitian Terdahulu	28
3.1.	Operasional Variabel Keadilan Distributif	44
3.2.	Operasional Variabel <i>Organizational Citizenship Behavior</i>	44
3.3.	Operasional Variabel Komitmen Organisasi	45
3.4.	Operasional Variabel Kinerja Karyawan	46
3.5.	Skala Likert	47
3.6.	Pedoman Kategorisasi Rata-rata Skor Penilaian Responden	51
3.7.	<i>Rule of Thumb Discriminant Validity</i>	55
4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	63
4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja	64
4.5.	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keadilan Distributif	65
4.6.	Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Organizational Citizenship Behavior</i>	66
4.7.	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Komitmen Organisasi	67
4.8.	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kinerja Karyawan	68
4.9.	Hasil Pengujian Instrumen dengan <i>Convergent Validity</i>	71
4.10.	Hasil Pengujian Instrumen dengan <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi)	74
4.11.	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	78
4.12.	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	79
4.13.	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion)</i>	81
4.14.	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	82
4.15.	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	83
4.16.	Hasil Uji Nilai <i>R-Square (R²)</i>	84
4.17.	Hasil Pengujian Hipotesis <i>Bootstrapping</i>	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1.	Kerangka Konseptual Penelitian	35
4.1.	Hasil Uji Instrumen Algoritma PLS.....	70
4.2.	Hasil Pengujian Instrumen dengan Algoritma PLS (Modifikasi)	74
4.3.	Hasil Algoritma PLS	77
4.4.	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	88



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1.	Kuisisioner Pra Survei	105
2.	Kuisisioner Penelitian	106
3.	Hasil Kuisisioner	112
4.	Hasil Statistik Deskriptif	121
5.	Hasil Uji Instrumen Algoritma Algoritma PLS	125
6.	Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	131
7.	Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	136



UNIVERSITAS
MERCU BUANA