

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOBIL WULING**

SKRIPSI



Nama : Iqbal Bagus Prasetyo

NIM : 43117010164

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

2021

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Iqbal Bagus Prasetyo

NIM : 43117010164

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya diri sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain maka saya, mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia di kenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti tindakan plagiat (penjiplakan)
Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

Jakarta, 15 September 2021

UNIVER
MERCU BUANA



Iqbal Bagus Prasetyo

NIM: 4311701024

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Iqbal Bagus Prasetyo
NIM : 43117010164
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi
Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Wuling
Tanggal Sidang : 15 September 2021

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Yanto Ramli, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 09210476



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Pertumbuhan dan perkembangan transportasi di Indonesia yang sangat pesat menimbulkan persaingan ketat terutama dibidang otomotif salah satunya adalah mobil. Hal tersebut di dukung dengan banyaknya brand otomotif yang bermunculan di pasar industri otomotif di Indonesia salah satunya adalah Wuling. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Mobil Wuling. Subjek penelitian ini adalah masyarakat yang mempunyai mobil Wuling, mengetahui informasi dari mobil Wuling dan adanya ketertarikan terhadap mobil Wuling. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 196 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik dalam bentuk SEM-PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan Persepsi Harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

(Kata kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian, Mobil Wuling)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

The very rapid growth and development of transportation in Indonesia has led to intense competition, especially in the automotive sector, one of which is cars. This is supported by the many automotive brands that have emerged in the automotive industry market in Indonesia, one of which is Wuling. The purpose of this study was to determine the effect of Brand Image, Product Quality and Price Perception on Wuling Car Purchase Decisions. The subjects of this research are people who have Wuling cars, know information from Wuling cars and have an interest in Wuling cars. The sample used in this study amounted to 196 respondents. The sampling technique was carried out by purposive sampling method. By using a quantitative descriptive approach. The data analysis used in this research is statistical analysis in the form of SEM-PLS. The results of this study indicate that brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions, product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions and price perceptions have a positive and insignificant effect on purchasing decisions.

(Keywords : Brand Image, Product Quality, Price Perception, Purchase Decisions, Wuling Cars)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

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 kelulusan dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Wuling”**.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Dr. Yanto Ramli, MM selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, pengetahuan dan nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi penelitian ini. Selain itu, peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, Ms 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 Universitas Mercu Buana.

4. Bapak Arief Bowo Prayoga Kasmu, SE, MM, Ph.D selaku Dosen Metodologi Penelitian, yang telah memberikan materi-materi pendukung untuk penyusunan Skripsi.
5. Ibu Viciwati, ST, M.Si selaku Dosen Tugas Akhir Penelitian, yang telah memberikan materi-materi pendukung untuk penyusunan Skripsi.
6. Kedua orangtua tercinta Bapak Ratmo dan Ibu Sumiyem serta adik yang memberikan motivasi terbesarku yang selalu memberikan doa, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun material.
7. Seluruh Teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2017 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
8. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti.
9. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi, serta doanya.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. 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, 15 September 2021

Iqbal Bagus Prasetyo



DAFTAR ISI

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	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kontribusi Penelitian	9
1. Kontribusi Praktis	9
2. Kontribusi Teoritis	9
BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PENELITIAN, HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	10
1. Manajemen Pemasaran	10
2. Citra Merek	11
3. Kualitas Produk	19
4. Persepsi Harga	22
5. Keputusan Pembelian	24
6. Penelitian Terdahulu	29
7. Hubungan Antar Variabel	31
B. Kerangka Pemikiran	33
C. Hipotesis	33

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	35
B. Desain Penelitian	35
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	35
1. Definisi Variabel Penelitian	35
2. Operasional Variabel	36
D. Skala Pengukuran Variabel.....	40
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	41
1. Populasi Penelitian	41
2. Sampel Penelitian	41
F. Teknik Pengumpulan Data.....	42
G. Metode Analisis	42
H. Langkah-Langkah Analisis dengan Metode <i>Partial Least Square</i>	43
1. Merancang Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	43
2. Merancang Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	45

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	46
B. Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	47
1. Hasil Analisis Deskripsi Responden	47
2. Hasil Analisis Deskripsi Variabel	50
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	54
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	54
2. Penguian Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	65
D. Pembahasan Hasil Penelitian	68
1. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	69
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	69
3. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	70

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	71
B. Saran.....	72

DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	79



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

1.1 Pra Survey	6
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	29
3.1 Operasional Variabel.....	36
3.2 Pengukuran Skala Likert	40
4.1 Jenis Kelamin Responden	47
4.2 Usia Responden.....	48
4.3 Pekerjaan Responden	48
4.4 Domisili Responden	49
4.5 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek	50
4.6 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	51
4.7 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Harga.....	52
4.8 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	53
4.9 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Sebelum Modifikasi)	56
4.10 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (Sebelum Modifikasi)	57
4.11 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Sesudah Modifikasi)	59
4.12 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (Sesudah Modifikasi)	60
4.13 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (Cross Loading)	61
4.14 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i>	63
4.15 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (Fornell Lacker Criterion).....	63
4.16 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	64
4.17 Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i>	65
4.18 Hasil Uji <i>Q-Square</i>	66
4.19 Hasil Pengujian Hipotesis	67

DAFTAR GAMBAR

1.1 Penjualan Mobil di ASEAN 2019.....	2
1.2 Penjualan Wuling Tahun 2017 – 2019.....	5
2.1 Model Kerangka Konseptual Penelitian.....	33
4.1 Hasil Algoritma PLS (Sebelum Modifikasi).....	55
4.2 Hasil Algoritma PLS (Sesudah Modifikasi)	58
4.3 Hasil Uji Bootstrapping	68



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	78
Lampiran 2. Hasil <i>Output</i> SPSS 26.....	84
Lampiran 3. Hasil <i>Output</i> PLS.....	87

