

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AVANZA DI SHOWROOM
HUTAMA MOBIL SAKTI BEKASI**

SKRIPSI



Nama : Yosafat Yohanes

NIM : 43117010402

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

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

2023

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AVANZA DI SHOWROOM
HUTAMA MOBIL SAKTI BEKASI**

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

SKRIPSI



Nama : Yosafat Yohanes

NIM : 43117010402

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

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

2023

SKRIPSI
PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AVANZA DI SHOWROOM
HUTAMA MOBIL SAKTI BEKASI

Oleh:


Yosafat Yohanes

NIM : 43117010402

Disetujui untuk Ujian Akhir Skripsi
pada Tanggal :


1. Hamdan, SE, MM.

Pembimbing


(.....)

2. Luna Haningsih, MM

Dosen Tugas Akhir


(.....)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Mercubuana



Dudi Permana, Ph.D

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yosafat Yohanes
NIM : 43117010402
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Di Showroom Utama Mobil Sakti Bekasi

Tanggal Lulus Ujian : 24 Mei 2023

Mengesahkan

Pembimbing



UNIVERSITAS

Hamdan, SE, MM

MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



(Dr. Nurul Hidayah, M.Si. Ak)



(Dudi Permana, MPh.D)

LPTA 05232455



Please Scan QRCode to Verify

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yosafat Yohanes

Nim : 43117010402

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya saya 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 , 21 April 2023



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Yosafat Yohanes

43117010402

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh hubungan Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. Metode Penelitian ini dilakukan dengan analisis jalur dengan memakai software Partial Least Square (Smart-PLS) versi 3.0 dengan populasi konsumen mobil Toyota Avanza di Showroom Hutama Mobil Sakti Bekasi, diambil sebanyak 100 responden dengan metode purposive sampling. Hasil Penelitian membuktikan bahwa Citra merek berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian, Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian

Kata Kunci: Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of the relationship Brand Image, Perceived Price, Product Quality on Purchasing Decisions. Methods This research was conducted by path analysis using Partial Least Square (Smart-PLS) software version 3.0 with a population of Toyota Avanza car consumers at the Showroom Hutama Mobil Sakti Bekasi, 100 respondents were taken using a purposive sampling method. Research results prove that brand image has a positive effect on purchasing decisions, promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions, product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions

Keywords: *Brand Image, Perceived Price, Product Quality, Purchase Decision*



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan YME atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Di Showroom Utama Mobil Sakti Bekasi.** Skripsi ini merupakan karya ilmiah yang saya susun sebagai prasyarat untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Pengalaman penulis Skripsi ini akan menjadi pengalaman berharga yang dapat dijadikan bahan pembelajaran untuk menjadi peneliti yang lebih baik serta memperkaya dunia akademis.

Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterimakasih 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. Nurul Hidayah, M.Si. Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D., 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 Hamdan, SE, MM., sebagai Pembimbing yang banyak memberikan dukungan, bimbingan, atas kesediaan untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman yang memperkaya dan memperluas cakrawala penulis.
6. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya kepada peneliti.
7. Staf Administrasi Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana yang banyak membantu kelancaran perkuliahan, administrasi, hingga dilaksanakannya sidang ini.
8. Rekan-rekan saya di Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana yang membantu proses belajar.
9. 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.
10. Seluruh karyawan Showroom Utama Mobil Sakti Bekasi yang telah bersedia membantu dalam proses penelitian.
11. Terimakasih kepada adik saya yang selalu memberikan support dan doa kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

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, April 2023



Yosafat Yohanes



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Kontribusi Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL, PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
A. Kajian Pustaka	14
1. Manajemen Pemasaran	14
a. Definisi Manajemen Pemasaran	14
b. Tujuan Pemasaran	15
c. Fungsi Pemasaran	15
2. Perilaku Konsumen	17
a. Pengertian Perilaku konsumen	17
b. Jenis-Jenis Konsumen	17
c. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	19
3. Keputusan Pembelian	21
a. Pengertian Perilaku konsumen	21
b. Tujuan Keputusan Pembelian	21
c. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	22
d. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	22
4. Citra Merek	26
a. Definisi Citra Merek	26
b. Dimensi-dimensi Citra Merek	26
c. Indikator-Indikator Citra Merek	26
d. Manfaat Merek	26
5. Persepsi Harga	29
a. Pengertian Persepsi	29
b. Faktor Pertimbangan dalam Penetapan Harga	32
c. Dimensi dan Indikator Harga	36
6. Kualitas Produk	38
a. Definisi Kualitas Produk	38
b. Dimensi dan Indikator Kualitas Produk	38
c. Manfaat dari Kualitas Produk	38
B. Penelitian Terdahulu	42
C. Rerangka Konseptual	46

D.	Pengembangan Hipotesis.....	47
BAB III	METODE PENELITIAN.....	50
A.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	50
B.	Desain Penelitian.....	50
C.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	51
1.	Definisi Variabel.....	51
a)	Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>) : Y.....	51
b)	Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>) : X.....	51
2.	Operasionalisasi Variabel.....	52
D.	Pengukuran Variabel.....	53
E.	Populasi dan Sampel.....	54
1.	Populasi.....	54
2.	Sampel.....	54
F.	Metode Pengumpulan Data.....	56
G.	Metode Analisis Data.....	56
1.	Analisis Statistik Deskriptif.....	56
2.	Analisis <i>Partial Least Square</i>	57
(a)	Evaluasi <i>Measurement</i> (<i>Outer Model</i>).....	58
1)	<i>Convergent Validity</i>	59
2)	<i>Discriminant Validity</i>	60
3)	<i>Average Variance Extracted</i> (<i>AVE</i>).....	60
4)	<i>Composite Reability</i>	61
(b)	Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	61
1)	Nilai <i>R-Square</i>	62
2)	<i>Goodness of Fit Model</i>	63
3)	Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur).....	63
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	64
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	64
B.	Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif.....	65
1.	Deskripsi Karakteristik Responden.....	66
a)	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	66
b)	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	67
c)	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Bulan.....	67
2.	Deskripsi Variabel.....	67
a.	Variabel Citra Merek.....	67
b.	Variabel Persepsi Harga.....	68
c.	Variabel Kualitas Produk.....	69
d.	Variabel Keputusan Pembelian.....	71
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>Avarage Extracted Variance</i> (<i>AVE</i>).....	53
4.	<i>Composite Realibility</i>	53
(b)	Pengujian Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	54
1.	Nilai <i>R-Square Adjusted</i>	55
2.	<i>Predictive Relevance</i>	55
3.	Hasil Pengujian Hipotesis.....	56
D.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	84

BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	89
A. Simpulan.....	89
B. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN.....	96



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Wholesale Penjualan Mobil Low MPV Pada Tahun 2021	5
Gambar 2. 1 Rerangka Konseptual	47
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS	73
Gambar 4. 2 Hasil Uji Bootstrapping.....	82



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Harga Mobil Second Low MPV	7
Tabel 1. 2 Data Penjualan Toyota Avanza Di Showroom Utama Mobil Sakti Bekasi.....	8
Tabel 1. 3 Pra Survei Variabel-Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Pra-Survei	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	31
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	37
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	66
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	66
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Bulan.....	67
Tabel 4. 4 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek.....	46
Tabel 4. 5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga.....	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)	70
Tabel 4. 10 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)	71
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	73
Tabel 4. 12 Nilai Variabel Endogen.....	76
Tabel 4. 13 Predictive Relevance (Q2)	78
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Hipotesis	79