

**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi Kasus pada Mobil Lexus di PT Toyota Astra Motor)**

**SKRIPSI**

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



**NIM : 43113120387**

**Program Studi Manajemen  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2017**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Umroh Irawati

NIM : 43113120387

Program studi : S1 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).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 29 Agustus 2017



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Umroh Irawati  
NIM : 43113120387

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Umroh Irawati  
NIM : 43113120387  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Mobil Lexus di PT Toyota Astra Motor)  
Tanggal Lulus Ujian : 29 Agustus 2017

Disahkan Oleh :

Pembimbing,

Ketua Penguji,



Viciwati, STL, M.Si

Dr. Anik Herminingsih, M.Si

Tanggal : 4 September 2017

Tanggal : 4 September 2017

# MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi

S1 Manajemen,



Dr. Harnowinsah, Ak., M.Si., CA

Dudi Permana, MM., Ph.D

Tanggal : 4 September 2017

Tanggal : 4/9/17

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya kepada peneliti, Sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mobil Lexus di PT Toyota Astra Motor)”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis 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 yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Viciwati, STI, M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan untuk penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana

3. Dudi Permana, MM., Ph.D., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
4. Kedua Orangtua tercinta dan keluarga yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini
5. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya
6. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi, serta doanya.

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

Jakarta, 29 Agustus 2017



Umroh Irawati

## DAFTAR ISI

Surat Pernyataan Karya Sendiri .....	i
Lembar Pengesahan Skripsi .....	ii
<i>Abstract</i> .....	iii
Abstrak .....	iv
Kata Pengantar .....	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel .....	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	5
C. Tujuan Penelitian dan Kontribusi penelitian .....	6
1. Tujuan Penelitian .....	6
2. Kontribusi penelitian.....	6
<b>BAB II Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis .....</b>	<b>7</b>
A. Kajian Pustaka.....	7
2.1 Citra Merek .....	7
2.1.1 Pengertian <i>Brand</i> /Merek.....	7
2.1.2 Keputusan Nama Merek.....	8
2.1.3 Keputusan Strategi Merek.....	8
2.1.4 Manfaat Merek.....	9
2.1.5 Syarat-syarat Memilih Merek .....	9
2.1.6 Kebijakan Pemberian Merek Dipandang dari sudut Pandang Konsumen dan Produsen.....	10
2.1.7 Ruang Lingkup Penetapan Merek ( <i>Branding</i> ).....	11
2.1.8 Dimensi Citra Merek.....	12
2.2 Harga .....	12
2.2.1 Pengertian Harga.....	12
2.2.2 Tujuan Penetapan Harga .....	13
2.2.3 Dimensi Harga .....	14
2.2.4 Faktor yang Mempengaruhi Penentuan Harga.....	15
2.3 Keputusan Pembelian.....	16
2.3.1 Definisi Pengambilan Keputusan.....	16
2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	17
2.3.3 Dimensi Keputusan Pembelian .....	21

2.3.4 Jenis-jenis Proses Pembelian.....	24
2.4 Penelitian Terdahulu .....	24
2.5 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	30
2.6 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan pembelian .....	31
B. Kerangka Pemikiran .....	32
C. Hipotesis .....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	35
B. Desain Penelitian .....	35
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	36
1. Definisi Variabel .....	36
2. Operasionalisasi Variabel.....	37
D. Pengukuran Variabel .....	38
E. Populasi dan sampel Penelitian .....	38
1. Populasi Penelitian .....	38
2. Sampel Penelitian.....	38
F. Teknik pengumpulan Data .....	40
G. Metode analisis.....	41
1. Statistik deskriptif .....	41
2. Uji Kualitas Data.....	41
a. Uji Validitas .....	41
b. Uji Reliabilitas .....	43
3. Uji Asumsi Klasik .....	43
a. Uji Normalitas .....	44
b. Uji Multikolinieritas .....	44
c. Uji Heterokedesitas .....	45
4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
5. Uji Hipotesis .....	46
<b>BAB IV Hasil Analisis dan Pembahasan .....</b>	<b>50</b>
A. Gambaran Umum PT. TAM dan Lexus Indonesia.....	50
4.1 Sejarah Singkat PT. TAM dan Lexus Indonesia.....	50
4.2 Makna Logo Lexus .....	50
4.3 Visi Lexus Indonesia.....	51
4.4 Misi Lexus Indonesia .....	51
B. Staistik Deskriptif.....	58
4.5 Metode Analisis Data .....	58
4.5.1 Uji Validitas .....	58
4.5.2 Uji Reliabilitas .....	60

C. Uji Asumsi Klasik dan Kualitas Instrumemn Penelitian.....	61
4.6 Uji Asumsi Klasik.....	61
4.6.1 Uji Normalitas .....	63
4.6.2 Uji Multikolinearitas .....	65
4.6.3 Uji Heteroskedastisitas.....	63
4.7 Analisi Regresi Linier Berganda.....	64
4.8 Pengujian Hipotesis.....	65
4.8.1 Koefisien Determinasi (R Square) .....	65
4.8.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	65
4.8.3 Uji Signifikansi Parsial t (Uji-t).....	67
E. Pembahasan .....	69
4.9 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	69
4.10 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	69
<b>BAB V Kesimpulan dan Saran .....</b>	<b>71</b>
A. Kesimpulan .....	71
B. Saran .....	72
Daftar Pustaka .....	74
Lampiran .....	77



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Hubungan antar variabel, dimensi, indikator dan skala .....	37
Tabel 3.2 Tabel Skala Likert .....	40
Tabel 3.3 Koefisien Koefisien Koelasi Spearman .....	43
Tabel 3.4 Koefisien Determinasi Dan Taksirannya .....	47
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	53
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	54
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai (X1) Citra Merek.....	55
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai (X2) Harga.....	56
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai (Y) Keputusan pembelian.....	57
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Citra merek.....	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Harga.....	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas .....	60
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas .....	63
Tabel 4.13 Koefisien Regresi Linear Berganda .....	65
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	66
Tabel 4.15 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	67
Tabel 4.16 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	68



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grill depan Lexus IS yang menampilkan emblem Lexus.....	3
Gambar 2.1 Model Lima Proses Keputusan pembelian.....	22
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian .....	33
Gambar 4.1 Makna Logo Lexus.....	50
Gambar 4.2 Histogram Dependent Variabel : Keputusan pembelian.....	62
Gambar 4.3 Normal Probability Plot Dependent Variabel:Keputusan pembelian.....	62
Gambar 4.4 Sccatterplot Dependent Variabel : Keputusan pembelian.....	64



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian .....	77
Lampiran 2 : Data Responden.....	80
Lampiran 3 : Hasil Kuesioner .....	85
Lampiran 4 : Hasil Deskriptif Karakteristik Responden.....	94
Lampiran 5 : Hasil Deskriptif Pernyataan Responden.....	97
Lampiran 6 :Uji Validitas Data.....	99
Lampiran 7 : Hasil Uji Reliabilitas .....	101
Lampiran 8 : Hasil Uji Asumsi Klasik.....	102
Lampiran 9 : Data untuk Analisis Regresi Linear Berganda .....	104
Lampiran 10 : Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	108
Lampiran 11 : Hasil Uji Hipotesis .....	109
Lampiran 12 : Tabel r.....	110
Lampiran 13 : Tabel Uji F.....	111
Lampiran 14 : Tabel Uji t.....	112

