



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOYOTA AGYA  
(Penelitian pada konsumen mobil LCGC di wilayah Kota Depok)**

**SKRIPSI**

**ARYO KUNCORO MUKTI DARMAWAN      1710111269**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2021**



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOYOTA AGYA  
(Penelitian pada konsumen mobil LCGC di wilayah Kota Depok)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi**

**ARYO KUNCORO MUKTI DARMAWAN      1710111269**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2021**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Aryo Kuncoro Mukti Darmawan  
NIM : 1710111269

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 25 Desember 2021

Yang menyatakan,



(Aryo Kuncoro M. D.)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,  
Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aryo Kuncoro Mukti Darmawan  
NIM : 1710111269  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Loyalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan  
Pembelian Toyota Agya**

**(Penelitian pada konsumen mobil LCGC di wilayah Kota Depok)**

Beserta perangkat yang ada (bila diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 25 Desember 2021

Yang menyatakan,

(Aryo Kuncoro M. D.)

## **PENGESAHAN SKRIPSI**

### **PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOYOTA AGYA (penelitian pada konsumen mobil LCGC di wilayah Kota Depok)**

**Dipersiapkan dan Disusun oleh:**

**ARYO KUNCORO MUKTI DARMAWAN      1710111269**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 17 Januari 2022  
Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



**Drs. Nobelson Syarief, M.M.**  
Ketua Penguji



**Suharvati, S.E., M.M.**  
Penguji I



**Diana Triwardhani, S.E., M.M.**  
Penguji II (Pembimbing)



**Dr. Dianwicakasih Arieftiara, S.E., Ak., M.Ak., CA., CSRS.**  
Dekan



**Wahyudi, S.E., M.M.**  
Ketua Program Studi Manajemen

Disahkan di           : Jakarta  
Pada tanggal        : 17 Januari 2022

***The Influence of Brand Image, Product Quality, and Price on  
Toyota Agya's Purchase Decisions  
(research on LCGC car consumers in the Depok City area)***

**By Aryo Kuncoro Mukti Darmawan**

***Abstract***

*This study aims to measure and determine how much influence brand image, product quality, and price have on purchasing decisions for Toyota Agya in Depok City. The target population is LCGC car consumers in Depok City with a sample of 70 respondents. Collecting data using non-probability sampling method and distributed using an online questionnaire. The data analysis technique used is Partial Least Square (PLS). The results of this study indicate that (1) Brand Image has no influence on the Toyota Agya Purchase Decision in Depok City, (2) Product Quality has a significant influence on the Toyota Agya Purchase Decision in Depok City, (3) Price has a significant influence on the Purchase Decision. Toyota Agya in Depok City, (3) Price has a significant influence on the Purchase Decision of Toyota Agya in Depok City.*

***Keywords:*** brand images, product quality, price, and purchase decision

**Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan  
Pembelian Toyota Agya  
(penelitian pada konsumen mobil LCGC di wilayah Kota Depok)**

**Oleh Aryo Kuncoro Mukti Darmawan**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan mengukur serta mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian Toyota Agya di Kota Depok. Populasi yang dituju ialah konsumen mobil LCGC di Kota Depok dengan sampel diambil sebesar 70 responden. Pengumpulan data menggunakan metode *non-probability sampling* dan disebar dengan menggunakan kuesioner online. Teknik analisis data yang digunakan ialah *Partial Least Square* (PLS). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Citra Merek tidak memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian Toyota Agya di Kota Depok, (2) Kualitas Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Toyota Agya di Kota Depok, (3) Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Toyota Agya di Kota Depok.

**Kata Kunci:** citra merek, kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**  
**SEMESTER GENAP TA.2021/2022**




Pada hari ini Senin, tanggal 17 Januari 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Aryo Kuncoro Mukti Darmawan  
Nomor Induk Mahasiswa : 1710111269  
Program Studi : S1 Manajemen

**“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOYOTA AGYA  
(penelitian pada konsumen mobil LCGC di wilayah Kota Depok)”**

Dinyatakan yang **Lulus / Tidak Lulus** \*)

**Tim Penguji**

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Drs. Nobelson, M.M.	Ketua Penguji	1. 
2	Suharyati, SE., MM.	Penguji I	2. 
3	Diana Triwardhani, SE., MM.	Penguji II **)	3. 

**Catatan :**

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 17 Januari 2022  
Mengesahkan

A.n. Dekan  
Ketua Program Studi Manajemen  
Sarjana



Wahyudi, SE., MM



## PRAKATA

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT. Dengan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya dan tepat waktu. Bahasan yang diangkat penulis yaitu **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Toyota Agya (penelitian pada konsumen mobil LCGC di wilayah Kota Depok)”**. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis ibu Dr.Dianwicakasih Arieftiara. S.E., Ak., M.Ak., CA., CSRS. Kemudian kepada dosen pembimbing ibu Diana Triwardhani, S.E., M.M. yang telah memberi arahan, nasihat, serta saran dalam melakukan pengerjaan skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Penulis juga mengucapkan banyak terimakasih khususnya kepada Bapak-Ibu orang tua penulis Bapak Sigit Gunawan, S.H., M.Sc. dan Ibu Niken Hapsari Dyah S., S.H., M.Kn. yang telah mendidik penulis dan *support* sehingga penulis dapat menjalankan pendidikan di kampus UPN Veteran Jakarta. Tak lupa ucapan terima kasih untuk dosen-dosen pengajar maupun perangkat kampus UPN Veteran Jakarta yang membantu jalannya perkuliahan. Dan teralhir ijinan penulis mengucapkan terima kasih untuk orang terdekat penulis Farisa Azizka Purnama yang tidak pernah lelah mendorong untuk tercapainya terselesaikannya perkuliahan ini, kemudian juga untuk teman-teman yang selalu memberikan *support* di perkuliahan yaitu Fachri Hayqal, Handi Abdul Hadi, Kelvin Bayu Aji, Punky Adietya, M.Rifqi Fahreza, Nabil Azka Razak yang mana mereka memberikan kenangan yang tak terlupakan selama masa perkuliahan berlangsung. Terakhir penulis mengucapkan terima kasi kepada seluruh mahasiswa Manajemen S1 angkatan 2017 yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu yang telah menemani masa perkuliahan.

Jakarta, 17 Januari 2022

Aryo Kuncoro Mukti Darmawan

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	iv
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	7
I.3 Tujuan Penelitian.....	7
I.4 Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	9
II.1 Landasan Teori.....	9
II.1.1. Definisi Pemasaran.....	9
II.1.2. Keputusan Pembelian.....	10
II.1.3. Citra Merek .....	12
II.1.4. Kualitas Produk.....	13
II.1.5. Harga Produk .....	15
II.2. Hasil Penelitian Sebelumnya.....	17
II.3. Model Penelitian Empiris.....	22
II.4. Hipotesis.....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	25
III.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	25
III.1.1. Definisi Operasional.....	25

III.1.2.	Pengukuran Variabel .....	26
III.2.	Populasi dan Sampel.....	26
III.2.1.	Populasi .....	26
III.2.2.	Sampel .....	27
III.3.	Teknik Pengumpulan Data .....	28
III.3.1.	Jenis Data.....	28
III.3.2.	Sumber Data .....	28
III.3.3.	Pengumpulan Data.....	28
III.4.	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	30
III.4.1.	Statistik Deskriptif .....	30
III.4.2.	Analisis Inferensial .....	30
III.4.3.	Uji Validitas.....	34
III.4.4.	Uji Reliabilitas.....	35
III.4.5.	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	35
III.4.6.	Uji t (Parsial) .....	36
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>37</b>
IV.1.	Deskripsi Objek Penelitian.....	37
IV.2.	Deskripsi Data Responden .....	38
IV.3.	Deskripsi Data Penelitian.....	38
IV.3.1.	Persepsi Responden pada Variabel Keputusan Pembelian .....	38
IV.3.2.	Persepsi Responden pada Variabel Citra Merek.....	39
IV.3.3.	Persepsi Responden pada Variabel Kualitas Produk .....	40
IV.3.4.	Persepsi Jawaban Responden pada Variabel Harga.....	41
IV.4.	Analisis Inferensial .....	42
IV.4.1.	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	42
IV.4.2.	Evaluasi <i>Goodness of Fit</i> .....	46
IV.4.2.1.	Uji Validitas .....	46
IV.4.2.2.	Uji Reliabilitas .....	47
IV.4.2.3.	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	48
IV.4.3.	Uji Hipotesis .....	49
IV.5.	Pembahasan.....	50
IV.5.1.	Pengujian Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Toyota Agya di Kota Depok (H1).....	50

IV.5.2. Pengujian Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Toyota Agya di Kota Depok (H2).....	51
IV.5.3. Pengujian Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Toyota Agya di Kota Depok (H3).....	52
<b>BAB V. SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	54
V.1. Simpulan .....	54
V.2. Saran .....	55
V.3. Keterbatasan Penelitian.....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	57
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Market Share Brand Otomoti Indonesia 2017-2020 .....	4
Tabel 2. Top Brand Award Kategori Otomotif Mobil CityCar 2017-2020 ..	5
Tabel 3. Data Wholesale Mobil CityCar LCGC 2017-2020 .....	5
Tabel 4. Matriks Penelitian Sebelumnya .....	20
Tabel 5. Pengukuran Variabel .....	26
Tabel 6. Skala Likert .....	29
Tabel 7. Kisi-kisi Instrumen .....	29
Tabel 8. Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
Tabel 9. Usia Responden .....	39
Tabel 10. Hasil Jawaban Responden untuk Keputusan Pembelian .....	39
Tabel 11. Hasil Jawaban Responden untuk Citra Merek .....	40
Tabel 12. Hasil Jawaban Responden untuk Kualitas Produk .....	41
Tabel 13. Hasil Jawaban Responden untuk Harga .....	42
Tabel 14. <i>Convergent Validity</i> melalui <i>output outer loading factor</i> .....	43
Tabel 15. <i>Fornell-Lacker Criterium</i> .....	48
Tabel 16. <i>Avarage Variance Extracted (AVE)</i> .....	49
Tabel 17. <i>Composite Reliabilitas (CR)</i> .....	49
Tabel 18. <i>Cronbach Alpha</i> .....	50
Tabel 19. R – Square .....	50
Tabel 20. Uji Statistik t .....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Market Share Brand Otomotif Indonesia 2017-2020 .....	3
Gambar 2. Model Penelitian Empiris .....	24
Gambar 3. <i>Inner Model</i> .....	31
Gambar 4. <i>Outer Model</i> Keputusan Pembelian (Y) .....	31
Gambar 5. <i>Outer Model</i> Citra Merek (X1) .....	32
Gambar 6. <i>Outer Model</i> Kualitas Produk (X2) .....	34
Gambar 7. <i>Outer Model</i> Harga (X3) .....	34
Gambar 8. Kontruk Diagram Jalur .....	34
Gambar 9. Hasil <i>Outer Model</i> Keputusan Pembelian .....	45
Gambar 10. Hasil <i>Outer Model</i> Citra Merek .....	45
Gambar 11. Hasil <i>Outer Model</i> Kualitas Produk .....	46
Gambar 12. Hasil <i>Outer Model</i> Harga .....	46
Gambar 13. Hasil Diagram Jalur .....	47
Gambar 14. Hasil <i>Inner Model</i> .....	52

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2. Data Kuisisioner Responden

Lampiran 3. Deskripsi Data Responden

Lampiran 4. Deskripsi Jawaban Responden