



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KENDARAAN BEKAS PADA APLIKASI OLX JAKARTA**

SKRIPSI

RAIHAN SETYOAJI ALAMSYAH

1910111102

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

2022



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KENDARAAN BEKAS PADA APLIKASI OLX JAKARTA**

SKRIPSI

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

RAIHAN SETYOAJI ALAMSYAH

1910111102

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

2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Raihan Setyoaji Alamsyah

NIM : 1910111102

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

Jakarta, 10 Desember 2022

Yang menyatakan,



(Raihan Setyoaji Alamsyah)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Raihan Setyoaji Alamsyah

NIM : 1910111102

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : S1 Manajemen

Jenis Karya : Skripsi

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

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KENDARAAN BEKAS PADA APLIKASI OLX JAKARTA

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 : 24 Januari 2022

Yang menyatakan,



(Raihan Setyoaji Alamsyah)

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KENDARAAN BEKAS PADA APLIKASI OLX JAKARTA

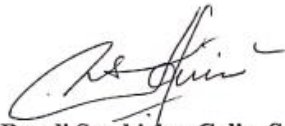
Dipersiapkan dan disusun oleh :

Raihan Setyoaji Alamsyah 1910111102

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 27 Desember 2022
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Diana Triwardhani, SE, MM, Ph.D
Ketua Penguji



Rosali Sembiring Colia, S.E, M.M
Penguji I



Yulinjar, SE, MM
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Dianwicakasih Arjeftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis



Siti Hidavati, S.E., M.M.
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 27 Desember 2022

**ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF BRAND IMAGE, SERVICE
QUALITY, AND PROMOTION ON USED VEHICLE PURCHASE DECISION
ON THE OLX APPLICATION IN JAKARTA**

By Raihan Setyoaji Alamsyah

Abstract

This research is a quantitative research that aims to determine the effect of brand image, service quality, and promotion on purchasing decisions. This research took the population of used vehicle buyers through the OLX application in the DKI Jakarta area. The sample size is 100+30 respondents. The sampling method is non-probability sampling and the samples are taken using purposive sampling technique. This study uses data from the results of dissemination through questionnaires. Data analysis in this study is the Multiple Linear Regression analysis method using SPSS Software Version 29. The results of the study show that brand image and service quality have a positive and significant impact on purchasing decisions. Then, Promotion has no influence on Purchasing Decisions. While Brand Image, Service Quality, and Promotion simultaneously have an influence on purchasing decisions.

Keyword : Brand Image, Service Quality, Promotion, Purchase Decision

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KENDARAAN BEKAS PADA
APLIKASI OLX JAKARTA**

Oleh Raihan Setyoaji Alamsyah

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan ini mengambil populasi dari para pembeli kendaraan bekas melalui aplikasi OLX di wilayah DKI Jakarta. Ukuran sampel yaitu sejumlah 100+30 responden. Metode pengambilan sampel yakni *non probability sampling* serta pengambilan sampel-sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan data hasil kumpulan penyebaran melalui kuesioner. Analisa data pada penelitian ini yakni metode analisis Regresi Linier Berganda dengan menggunakan Software SPSS Versi 29. Hasil dari Penelitian menunjukkan bahwa variabel Citra Merek dan Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Lalu, variabel Promosi tidak terdapat pengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan Citra Merek, Kualitas pelayanan, dan Promosi secara simultan terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Keyword : Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Promosi, Keputusan Pembelian

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2022/2023

Hari ini Selasa, tanggal 27 Desember 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Raihan Setyoaji Alamsyah

No.Pokok Mahasiswa : 1910111102

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bekas Pada Aplikasi OLX Jakarta

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Diana Triwardhani, SE, MM.,Ph.D	Ketua	1.
2	Rosali, SE, MM	Anggota I	2.
3	Yuliniar, SE, MM	Anggota II <i>**</i>)	3.

Keterangan

- **) Coret yang tidak perlu
- ***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 27 Desember 2022
Mengesahkan

A. DEKAN
Kaprodin Manajemen S.1

Siti Hidayati SE, MM.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Agustus sampai dengan Desember 2022 dengan judul "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bekas pada Aplikasi OLX Jakarta". Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada ibu Yuliniar, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan saran yang sangat bermanfaat.

Dalam penyelesaian penelitian skripsi ini, penulis juga dihadapkan oleh berbagai rintangan dan tantangan. Akan tetapi, atas bantuan dari berbagai pihak berupa bimbingan, motivasi, dan juga arahan, penulis pada akhirnya telah menghadapinya dengan baik hingga tersusunnya laporan kegiatan skripsi ini. Maka dari itu, ucapan terima kasih penulis khususkan kepada:

1. Ibu Yuliniar, SE., MM., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dengan baik selama penyusunan penelitian skripsi ini.
2. Bapak dan Ibu Dosen serta Staf di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, khususnya pada Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
3. Bapak, Ibu, dan Kakak - Kakak serta Keluarga penulis yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis selama masa penyelesaian skripsi ini.

Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada para teman penulis yang telah dengan sabar mendengarkan segala keluh kesah penulis telah membantu dalam penulisan penelitian ini. Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat.

Jakarta, 10 Desember 2022

Raihan Setyoaji Alamsyah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pemasaran.....	9
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.3 Perilaku Konsumen	10
2.1.4 Keputusan Pembelian	11
2.1.5 Citra Merek.....	18
2.1.6 Kualitas Pelayanan	21
2.1.7 Promosi.....	23
2.2 Penelitian Terdahulu	25

2.3	Model Penelitian	31
2.3.1	Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.3.2	Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.3.3	Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.4	Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN		34
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	34
3.1.1	Definisi Operasional	34
3.1.2	Pengukuran Variabel	35
3.2	Penentuan Populasi dan Sampel	36
3.2.1	Populasi	36
3.2.2	Sampel	36
3.3	Teknik Pengumpulan data.....	37
3.3.1	Jenis data	37
3.3.2	Sumber data	38
3.3.3	Pengumpulan Data.....	38
3.4	Teknik Analisis Data.....	39
3.4.1	Teknik analisis data deskriptif.....	39
3.4.2	Uji Instrumen.....	40
3.4.3	Uji Asumsi Klasik	41
3.4.4	Uji Regresi Linear Berganda	42
3.4.5	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	43
3.4.6	Uji Hipotesis (Uji t)	43
3.4.7	Uji Kelayakan Model (Uji F)	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		45
4.1	Deskripsi Objek Penelitian Hasil	45
4.1.1	Profil Perusahaan OLX.....	45
4.2	Deskripsi Data Penelitian.....	46
4.2.1	Deskripsi Data Responden	46
4.3	Analisis Data Deskriptif.....	49

4.3.1	Analisis Indeks Jawaban responden pada Variabel Keputusan Pembelian.	51
4.3.2	Analisis Indeks Jawaban responden pada Variabel Citra Merek.....	53
4.3.3	Analisis Indeks Jawaban responden pada Variabel Kualitas Pelayanan.	54
4.3.4	Analisis Indeks Jawaban responden pada Variabel Promosi.....	55
4.4	Analisis Inferensial	56
4.4.1	Uji Instrumen Penelitian.....	56
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	61
4.4.3	Analisis Model Regresi Linier Berganda	65
4.4.4	Uji Hipotesis.....	66
4.5	Pembahasan.....	70
4.5.1	Pengaruh Citra merek terhadap Keputusan Pembelian	70
4.5.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	71
4.5.3	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	73
4.5.4	Pengaruh Citra Merek, Kualitas pelayanan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	75
4.6	Keterbatasan Penelitian.....	76
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		77
5.1	Simpulan	77
5.2	Saran	78
DAFTAR PUSTAKA.....		80
RIWAYAT HIDUP.....		82
LAMPIRAN.....		83

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	30
Tabel 2. Matriks Instrumen.....	35
Tabel 3. Skala likert	39
Tabel 4. Persebaran Data Usia Responden	47
Tabel 5. Persebaran Data Jenis Kelamin Responden.....	48
Tabel 6. Persebaran Data Jenis Pekerjaan Responden.....	48
Tabel 7. Persebaran Data Domisili Responden.....	49
Tabel 8. Nilai Indeks.....	51
Tabel 9. Indeks Variabel Keputusan Pembelian	52
Tabel 10. Indeks Variabel Citra Merek.....	53
Tabel 11. Indeks Variabel Kualitas Pelayanan	54
Tabel 12. Indeks Variabel Promosi.....	55
Tabel 13. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	57
Tabel 14. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	58
Tabel 15. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	59
Tabel 16. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	60
Tabel 17. Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 18. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	63
Tabel 19. Hasil Uji Multikolinearitas	64
Tabel 20. Hasil Uji Regresi Linier berganda	66
Tabel 21. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	67
Tabel 22. Hasil Uji T	68
Tabel 23. Hasil Uji F.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Penggunaan Internet di Indonesia	2
Gambar 2. Jumlah kendaraan bermotor di DKI Jakarta.....	3
Gambar 3. Presentase marketplace dengan kualitas produk terbaik	5
Gambar 4. Proses Keputusan Pembelian	14
Gambar 5. Dimensi Keputusan Pembelian	16
Gambar 6. Model Penelitian	33
Gambar 7. Logo OLX Indonesia.....	45
Gambar 8. Hasil Uji Histogram	62
Gambar 9. Hasil Uji P-Plot	62
Gambar 10. Hasil Pengujian Histogram	65
Gambar 11. Contoh promosi yang dilakukan OLX	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	83
Lampiran 2. Data Deskriptif Responden.....	88
Lampiran 3. Data Hasil Kuesioner Responden	90
Lampiran 4. Hasil Pengujian Data SPSS 29	104
Lampiran 5. Hasil Pengujian Turnitin.....	107