



**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS
PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN TOYOTA AVANZA DI DEPOK**

SKRIPSI

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

IBNU SUKMA MAULANA 1810111216

**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 di rujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Ibnu Sukma Maulana

NIM : 1810111216

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia di tuntutan dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 24 juni 2022

Yang menyatakan



(Ibnu Sukma Maulana)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Ibnu Sukma Maulana
NIM : 1810111216
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 Eksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right) atas Skripsi saya yang berjudul :

Analisis Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza di Depok

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Depok
Pada Tanggal : 24 Juni 2022

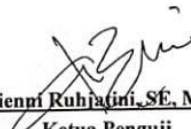
A handwritten signature in black ink is written over a yellow 10,000 Indonesian Rupiah stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAI TEMPEL' and '10000'. The serial number 'K2808DAJX773964411' is visible at the bottom of the stamp.


(Ibnu Sukma Maulana)

SKRIPSI
**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOYOTA AVANZA
DI DEPOK**


Dipersiapkan dan disusun oleh:
Ibnu Sukma Maulana 1810111216


**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 4 Juli 2022
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**


Dienni Ruhjaini, SE, MM
Ketua Penguji


Rosali Sembiring Colia, SE, MM
Penguji 1


Yulinia, SE, MM
Penguji II (Pembimbing)


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


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

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 14 Juli 2022



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 GENAP TA. 2021/2022

Hari ini Senin, tanggal 04 Juli 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Ibnu sukma maulana

No.Pokok Mahasiswa : 1810111216

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Di Depok

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M.	Ketua	1.
2	Rosali, SE, MM	Anggota I	2.
3	Yuliniar, SE, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu
**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 04 Juli 2022
Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprosdi. Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM.

Analysis of the Effect of Brand Image, Product Quality, and Price on the Decision to Purchase a Toyota Avanza in Depok

ABSTRACT

Toyota Avanza car achieved the highest car sales in Indonesia in 2019. However, when measured by the Top Brand Index, it has a lower brand picture than its competition. towards this history, this examine pursuits to decide, prove and analyze the impact of brand photograph, product satisfactory and rate on Toyota Avanza depot purchase selections. Sample numbers are taken from 75 respondents based on Toyota owner standards. Avanza car decided at the depot. Data is collected by distributing the survey via Google Forms using a targeted sampling process. The analytical method used in this study is a descriptive and inference analysis the usage of SmartPLS three.2.nine. The consequences of the hypothesis check are as follows: (1) Brand image does not have a negative 0.149 impact on purchase decisions, (2) Product quality has a positive impact on 0.322 purchase decisions, and (3) Price has a 0.322 impact on purchase decisions. Co-contribution is indicated by a value of R Square Adjusted, which is 0.617 or 61.7%, while other factors are 39.0%, which is of positive significance.

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

Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza di Depok

Oleh Ibnu Sukma Maulana

ABSTRAK

Mobil Toyota Avanza memperoleh angka penjualan mobil tertinggi di Indonesia pada tahun 2019 namun memiliki citra merek lebih rendah dibanding pesaingnya yang diukur dengan *Top Brand Index*. Berdasarkan latar belakang tersebut penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui, membuktikan, dan menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Avanza di Depok. Populasi dalam penelitian ini ialah pemilik mobil Toyota Avanza di Indonesia, kemudian ditentukan jumlah sampel sebanyak 75 responden dengan kriteria pemilik mobil Toyota Avanza di Depok menggunakan metode *Purposive sampling* dan data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *Google form*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah teknik analisis deskriptif dan analisis inferensial dengan menggunakan SmartPLS 3.2.9. Hasil dari uji hipotesis adalah sebagai berikut, (1) citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 0.149 negatif tidak signifikan, (2) kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 0.322 positif dan signifikan, dan (3) harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 0.322 positif dan signifikan, sedangkan untuk kontribusi secara bersama sama ditunjukkan oleh besarnya nilai R Square Adjusted, yaitu sebesar 0.617 atau 61.7%, sedangkan sisanya sebesar 39.0% oleh faktor lain.

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

PRAKATA

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW atas segala karunia dan rahmat serta hidayah-Nya sehingga skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza di Depok” berhasil diselesaikan.

Dengan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak akademisi, yakni kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, kepada Ibu Dr. Desmintari, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen, serta Ibu Siti Hidayanti S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Selanjutnya peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yakni Ibu Yuliniar ,SE, MM. yang telah memberikan arahan dan saran-saran bermanfaat untuk skripsi ini, tidak lupa peneliti ucapkan terima kasih kepada seluruh dosen yang telah memberikan bimbingan dan bantuan akademik selama masa kuliah.

Peneliti mengucapkan banyak rasa terima kasih kepada kedua orang tua tersayang yakni Bapak Joko Sukmadi dan Ibu Yetti Sukmawati, serta keluarga besar tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan selama masa pendidikan. Selain itu peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada Dhea Fara Gita yang telah memberikan support keberlangsungan dari kuliah hingga menyelesaikan skripsi dan seluruh teman-teman, baik yang berada di lingkungan UPNVJ maupun di luar yang tidak dapat ditulis satu persatu yang telah memberikan saran dalam skripsi ini.

Akhir kata peneliti mengucapkan maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat ketidaksempurnaan dalam penulisan skripsi ini. Peneliti berharap agar penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
BERITA ACARA	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABLE	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	7
I.3 Tujuan Penelitian	7
I.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
II.1 Landasan Teori	9
II.1.1 Manajemen Pemasaran	9
II.1.2 Keputusan Pembelian	10
II.1.3 Kualitas Produk	14
II.1.4 Citra Merek	16
II.1.5 Harga	18
II.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	20
II.3 Model Penelitian Empiris	24
II.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	24

II.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
II.3.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
II.4 Hipotesis.....	26
BAB III	27
METODE PENELITIAN.....	27
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
III.1.1 Definisi Operasional	27
III.1.2 Pengukuran Variabel	27
III.2 Penentuan Populasi dan Sampel	29
III.2.1 Populasi.....	29
III.2.2 Sampel	29
III.3 Teknik Pengumpulan Data	29
III.3.1 Jenis Data.....	29
III.3.2 Sumber Data	30
III.3.3 Pengumpulan Data.....	30
III.4 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	31
III.4.1 Teknik Analisis Data	31
III.4.2 Analisis Deskriptif	31
III.4.3 Analisis inferensial	33
III.5 Uji Hipotesis	36
BAB IV	38
HASIL DATA PEMBAHASAN	38
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian	38
IV.2 Analisis Deskriptif.....	40
IV.2.1 Deskripsi Data Responden	40
IV.2.2 Analisis Tanggapan Responden	42
IV.2.3 Analisis Inferensial.....	46
IV.2.4 Evaluasi Goodness of fit.....	48
IV.2.5 Uji Reliabilitas.....	51
IV.2.6 Uji R Square	52
IV.2.7 Uji Q Square	53
IV.3 Uji Hipotesis dan Analisis	54
IV.3.1 Uji T- Statistik	54
IV.3.2 Hasil Uji Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	55

IV.3.3 Hasil Uji Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	55
IV.3.4 Hasil Uji Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	55
IV.4 Pembahasan	55
IV.4.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	56
IV.4.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	56
IV.4.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	57
IV.5 Keterbatasan	58
BAB V.....	59
SIMPULAN DAN SARAN	59
V.1 Simpulan	59
V.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61
RIWAYAT HIDUP.....	64
LAMPIRAN.....	69
ARTIKEL.....	96

DAFTAR TABLE

Tabel 1. Data Penjualan Mobil di Indonesia (2018-2021).....	3
Tabel 2. Top Brand Index Otomotif Katagori Low multi purpose vehicle (2018-2021) 5	
Tabel 3. Matriks Hasil Penelitian Sebelumnya	22
Tabel 4. Pengukuran Variabel Penelitian.....	28
Tabel 5. Beban Estimasi Skala <i>Likert</i>	30
Tabel 6. Kisi-Kisi alat penelitian	30
Tabel 7. Interpretasi Nilai Indeks.....	32
Tabel 8. Tanggapan Responden Pada Keputusan Pembelian	42
Tabel 9. Tanggapan Responden Pada Citra Merek.....	43
Tabel 10. Tanggapan Responden pada Kualitas Produk.....	44
Tabel 11. Tanggapan Responden pada Harga.....	45
Tabel 12. Hasil <i>Loading factor</i> Keputusan Pembelian	48
Tabel 13. Analisis Loading Factor Citra Merek.....	48
Tabel 14. Analisis Loading Factor Kualitas Produk	49
Tabel 15. Analisis Loading Factor Harga	50
Tabel 16. Nilai AVE	50
Tabel 17. Hasil Uji <i>fornell lacker creterium</i>	51
Tabel 18. Hasil cronbach's alpha	51
Tabel 19. Hasil <i>Composite Reliability</i>	52
Tabel 20. Hasil Uji R Square	53
Tabel 21. Hasil Uji Q square.....	53
Tabel 22. Hasil Original Sampel, Tstatistik, dan P Values	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Penjualan Mobil di Indonesia (2018-2021)	3
Gambar 2. Top Brand Index Otomotif Kategori LMVP (2018-2021).....	5
Gambar 3. Model Penelitian Empiris.....	24
Gambar 4 Kontruksi Diagram Jalur PLS Penelitian	
Gambar 5 Gambar Logo Toyota	48
Gambar 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Gambar 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.	41
Gambar 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.	41
Gambar 9. Outer Model	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil penelitian Sebelumnya	69
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	71
Lampiran 3 Data Kuesioner Responden	76
Lampiran 4 Hasil Deskripsi Data Responden	84
Lampiran 5 Hasil Deskripsi Data Penelitian	85
Lampiran 6 Hasil Pengolahan Outer Models SmartPLS.....	87
Lampiran 7 Hasil Pengolahan Model SmartPLS	88
Lampiran 8 T-tabel.....	91
Lampiran 9 Hasil Plagiarisme	93