



**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN HARGA  
TERHADAP MINAT BELI TOYOTA AGYA PADA  
SETIAJAYA MOBILINDO MARGONDA DEPOK**

**SKRIPSI**

**HANDI INDRA PURNAMA**

**1310111168**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2017**



**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN HARGA  
TERHADAP MINAT BELI TOYOTA AGYA PADA  
SETIAJAYA MOBILINDO MARGONDA DEPOK**

**SKRIPSI**

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

**HANDI INDRA PURNAMA**

**1310111168**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2017**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Handi Indra Purnama

NIM. : 1310111168

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

Jakarta, 05 Juli 2017

Yang Menyatakan



Handi Indra Purnama

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

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

Nama : Handi Indra Purnama  
NIM. : 1310111168  
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 Promosi, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Toyota  
Agya Pada Setiajaya Mobilindo Margonda Depok**

Beserta perangkat yang ada (jika 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 : 05 Juli 2017

Yang Menyatakan,

  
Handi Indra Purnama

## PENGESAHAN

# PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI TOYOTA AGYA PADA SETIAJAYA MOBILINDO MARGONDA DEPOK

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**HANDI INDRA PURNAMA**  
1310111168

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji  
pada tanggal : 05 Juli 2017  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Diana Triwardhani, S.E., M.M.  
Ketua Penguji

Dr. Faisal Mrzuki, M.Pd.  
Penguji I (Pembimbing I)

Tati Handayani, S.E., M.M.  
Penguji II (Pembimbing II)



Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP.  
Dekan

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

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 05 Juli 2017



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](mailto:puskom@upnvj.ac.id)

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2016/2017

Hari ini Rabu , tanggal 05 Juli 2017, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : HANDI INDRA PURNAMA

No.Pokok Mahasiswa : 1310111168

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI TOYOTA AGYA PADA SEITAJAYA MOBILINDO MARGONDA DEPOK**

Dinyatakan yang bersangkutan (Lulus / ~~Tidak Lulus~~ \*)

#### Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Diana Triwardhani, SE, MM	Ketua	1.
2	Dr. Faisal Marzuki, M.Pd	Anggota I	2.
3	Tati Handayani, SF, MM	Anggota II **)	3.

#### Keterangan :

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*\*) Dosen Pembimbing



**Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap  
Minat Beli Toyota Agya Pada Setiajaya  
Mobilindo Margonda Depok**

**Oleh**

**Handi Indra Purnama**

**Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Setiajaya Mobilindo Margonda Depok. Ukuran sampel diambil sebanyak 40 orang responden, dengan metode *non probability sampling* khususnya *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis) *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,469. (2) kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,285. (3) harga memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,223.

**Kata Kunci :** Promosi, Kualitas Produk, Harga, Minat Beli.

***The Influence of Promotion, Quality Product, and Price on Purchase Intention  
Toyota Agya at Setiajaya Mobilindo Margonda Depok***

***By***

**Handi Indra Purnama**

***Abstract***

*This research is a quantitative research that aims to determine the influence of promotion, quality product, and price on purchase intention. Population in this research is visitors of setiajaya mobilindo margonda Depok. The sample size was taken as many as 40 respondents, with non probability sampling method, especially purposive sampling. Data collection was done through questionnaire distribution. Analytical technique used is the method of analysis PLS (Partial Least Square). The results of this study indicate that (1) promotion has a significant influence on purchase intention with the coefficient value of 0,469. (2) quality product has significant influence on purchase intention with the coefficient value of 0,285. (3) price has a not significant influence on purchase intention with the coefficient value of 0,223.*

***Keywords: Promotion, Quality Product, Price, Purchase Intention.***



## **PRAKATA**

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT dan Baginda Nabi besar Muhammad SAW atas segala karunia dan rahmat serta hidayah-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil dijalankan. Judul yang dipilih dalam skripsi ini adalah “Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Toyota Agya Pada Setiajaya Mobilindo Margonda Depok” untuk mencapai gelar sarjana strata satu di jurusan Manajemen S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Penulis ucapkan kepada orang-orang tercinta Ayah dan Ibu serta saudaraku Wulan, Anto, Hendi, Dhea yang telah memberikan doa yang tak henti-henti serta dukungan baik moril maupun materil yang menjadi pemacu dalam penulisan ketika tidak bersemangat serta hiburan.

Dr. Faisal Marzuki, Mpd selaku pembimbing I, Ibu Tati Handayani, SE,MM selaku pembimbing II dan seluruh dosen Fakultas Ekonomi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam pelaksanaan bimbingan, pengarahan, dorongan dalam rangka penyelesaian penyusunan skripsi ini.

Untuk sahabat-sahabat terdekatku Nur, Fachri, Satria, Erico, Primas, Rama, Irene, Fiani, Ika, Tiwi, Smokar 13, dan teman-teman seperjuangan Manajemen S1 2013 yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat yang telah membantu dalam penulisan ini. Semoga kita bisa sukses bersama-sama.

Yang selalu mendukung saya secara pribadi Dea Carissa Anwar terima kasih sudah selalu mendukung dan menyemangati.

Jakarta, 05 Juli 2017

Handi Indra Purnama

## 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</b> .....	v
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>PRAKATA</b> .....	ix
<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> .....	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Perumusan Masalah.....	5
I.3 Tujuan Penulisan .....	5
I.4 Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
II.1 Penelitian Terdahulu .....	7
II.2 Landasan Teori.....	9
II.2.1 Perilaku Konsumen .....	9
II.2.1.1 Persepsi Konsumen .....	10
II.2.2 Minat Beli.....	10
II.2.2.1 Indikator Minat Beli .....	11
II.2.3 Promosi.....	11
II.2.3.1 Pengertian Promosi .....	11
II.2.3.2 Tujuan Strategi Promosi.....	12
II.2.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Bauran Promosi.....	12
II.2.3.4 Dimensi Promosi .....	13
II.2.4 Kualitas Produk .....	14
II.2.4.1 Pengertian Produk .....	14
II.2.4.2 Tujuan Produk .....	14
II.2.4.3 Bentuk Produk.....	14
II.2.4.4 Pengembangan Produk .....	15
II.2.4.5 Pengertian Kualitas Produk.....	15
II.2.4.6 Dimensi Kualitas Produk .....	16
II.2.5 Harga .....	17
II.2.5.1 Pengertian Harga .....	17
II.2.5.2 Strategi Penetapan Harga .....	17
II.2.5.3 Tujuan Dari Penetapan Harga .....	17
II.2.5.4 Indikator Harga .....	17
II.3 Kerangka Pemikiran .....	18

II.4	Pengembangan Hipotesis .....	19
II.4.1	Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli .....	19
II.4.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	19
II.4.3	Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli.....	19
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>19</b>
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	20
III.1.1	Definisi Operasional .....	20
III.1.2	Pengukuran Variabel .....	20
III.2	Metode Penentuan Populasi dan Sampel .....	21
III.2.1	Populasi .....	21
III.2.2	Sampel.....	21
III.3	Teknik Pengumpulan Data .....	22
III.3.1	Jenis Data .....	22
III.3.2	Sumber Data.....	22
III.3.3	Pengumpulan Data .....	23
III.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	24
III.4.1	Teknik Analisa Data.....	24
III.4.1.1	<i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	24
III.4.1.2	Cara Kerja Partial Least Square (PLS).....	25
III.4.2	Uji Hipotesis.....	25
III.4.2.1	Uji Signifikan Parsial (Uji T).....	25
III.4.2.2	Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ ).....	26
III.5	Kerangka Model Penelitian.....	26
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>28</b>
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	28
IV.1.1	Sejarah Mobil Toyota Agya .....	28
IV.1.2	Deskripsi Data .....	29
IV.1.2.1	Deskripsi Data Responden .....	29
IV.1.2.2	Deskripsi Data Penelitian .....	29
IV.3	Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	31
IV.3.1	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	31
IV.3.1.1	Uji Validitas Konvergen.....	33
IV.3.1.2	Uji Validitas Diskriminan .....	34
IV.3.1.3	Uji Reliabilitas Partial Least Square .....	35
IV.3.1.4	Uji Hipotesis.....	36
IV.3.2	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	37
IV.3.2.1	<i>R-Square</i> .....	37
IV.3.2.2	<i>Q-Square</i> .....	37
IV.3.2.3	Uji Statistik.....	38
IV.4	Pembahasan .....	40
IV.4.1	Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli .....	40
IV.4.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	40
IV.4.3	Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli.....	41
IV.5	Keterbatas Penelitian.....	41

<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>42</b>
V.1	Simpulan.....	42
V.2	Saran.....	42
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		<b>43</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Top Brand 2016 Mobil <i>City Car</i> .....	2
Tabel 2.	Unit Penjualan Mobil Toyota Agya pada Setiajaya Mobilindo Margonda Depok .....	3
Tabel 3.	Matriks Penelitian Terdahulu .....	9
Tabel 4.	Pengukuran Variabel .....	20
Tabel 5.	Skala Likert .....	23
Tabel 6.	Kisi-Kisi Instrumen Penelitian .....	23
Tabel 7.	Data Responden.....	29
Tabel 8.	Skala Likert Deskripsi Objek Penelitian .....	30
Tabel 9.	Outer Loading Factor Hasil Output PLS .....	33
Tabel 10.	Cross Loadings Hasil Output PLS .....	34
Tabel 11.	<i>Composite Reliability</i> Hasil Output PLS.....	35
Tabel 12.	<i>Cronbach's Alpha</i> Hasil Output.....	36
Tabel 13.	Hasil Nilai Koefisien Analisis Jalur .....	36
Tabel 14.	Nilai <i>R Square</i> dan <i>R Square Adjusted</i> .....	37
Tabel 15.	Hasil Uji T Statistik.....	38
Tabel 16.	Interpretasi Hasil Koefisien Jalur .....	39

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	18
Gambar 2. Langkah-Langkah Analisis PLS.....	24
Gambar 3. Kerangka Model Penelitian.....	27
Gambar 4. Nilai <i>Loading</i> Faktor Menggunakan Diagram Jalur PLS .....	31
Gambar 5. Nilai <i>Loading</i> Faktor Menggunakan Diagram Jalur PLS Setelah Re-estimasi .....	32

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian
Lampiran 2	Data Kuisisioner 40 Responden
Lampiran 3	Hasil <i>Output</i> PLS
Lampiran 4	T tabel
Lampiran 5	Surat Riset