



**CITRA MEREK, HARGA, DAN GAYA HIDUP TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KENDARAAN MERCEDES-BENZ  
DI JAKARTA**

**SKRIPSI**

**PUTU AYU GITANANDA YASMIARTHA**

**1410113008**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2018**



**CITRA MEREK, HARGA, DAN GAYA HIDUP TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KENDARAAN MERCEDES-BENZ  
DI JAKARTA**

**SKRIPSI**

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

**PUTU AYU GITANANDA YASMIARTHA**

**1410113008**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2018**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Putu Ayu Gitananda Yasmiartha

NIM. : 1410113008

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

Jakarta, 18 Januari 2018

Yang Menyatakan



Putu Ayu Gitananda Y.

## **PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

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

Nama : Putu Ayu Gitananda Y.  
NIM. : 1410113008  
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:

### **Citra Merek, Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Mercedes-Benz di Jakarta**

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 : 18 Januari 2018

Yang Menyatakan,



Putu Ayu Gitananda Y.

**PENGESAHAN**

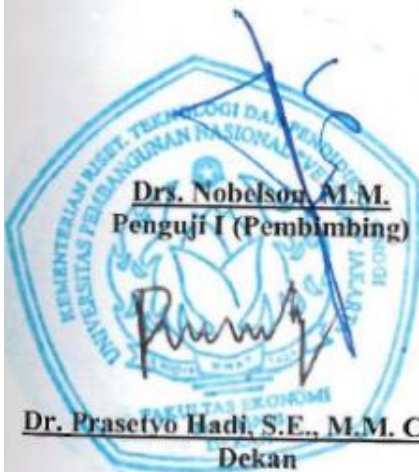
**CITRA MEREK, HARGA, DAN GAYA HIDUP TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KENDARAAN MERCEDES-BENZ  
DI JAKARTA**

**Dipersiapkan dan disusun oleh:**

**PUTU AYU GITANANDA YASMIARTHA  
1410113008**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji  
pada tanggal : 16 Januari 2018  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**

**Lina Arivani, S.E., M.M.  
Ketua Penguji**



**Drs. Pandapotan Simarmata, M.M.  
Penguji II (Pembimbing)**

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

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 16 Januari 2018



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 GASAL TA. 2017/2018

Hari ini Selasa, tanggal 16 Januari 2018, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : PUTU AYU GITANANDA YASMIARTHA

No.Pokok Mahasiswa : 1410113008

Program : Manajemen Ekstensi S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**Citra Merek, Harga, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Mercedes-Benz Di Jakarta**  
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* \*)

#### Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Lina Ariyani, SE, MM	Ketua	1. ....
2	Drs. Nobelson, MM	Anggota I	2. ....
3	Drs. Pandapotan Simarmata, MM	Anggota II **)	3. ....

Keterangan :

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 16 Januari 2018  
Mengesahkan  
A.n. DEKAN  
Kaprod. Manajemen Ekstensi S.1  
  
Wahyudi, SE, MM

***Brand Image, Price, and Lifestyle to Purchase Decision on Mercedes-Benz Vehicles in Jakarta***

***By***

**Putu Ayu Gitananda Yasmiartha**

***Abstract***

*This research is a quantitative research that aims to determine the influence of brand image, price and lifestyle to purchase decision. Population in this study is the visitors of IIMS (Indonesia International Motor Show) exhibition 2016 in Jakarta. The sample size was taken as many as 60 respondents, with non-probability sampling method, purposive sampling. Data collection was done through questionnaire method. Analytical technique which used in this research is PLS (Partial Least Square). The results of this study indicate that (1) Brand Image significantly influence the Purchase Decision with the coefficient value 0,014. (2) Price does not have a significant influence on the Purchase Decision with the coefficient value 0,059. (3) Lifestyle does not have a significant influence on Purchase Decision with coefficient value 0,429.*

***Keywords:*** *Brand Image, Price, Lifestyle, and Purchase Decision.*

# **Citra Merek, Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Mercedes-Benz di Jakarta**

**Oleh**

**Putu Ayu Gitananda Yasmiartha**

## **Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung pameran IIMS (*Indonesia International Motor Show*) 2016 di Jakarta. Ukuran sampel diambil sebanyak 60 orang responden, dengan metode *non probability sampling* khususnya *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,014. (2) Harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,059. (3) Gaya Hidup tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,429.

**Kata Kunci:** Citra Merek, Harga, Gaya Hidup, dan Keputusan Pembelian.



## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala anugerah dan karunia-Nya hingga karya ilmiah ini telah diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini adalah **“Citra Merek, Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Mercedes-Benz di Jakarta”**.

Terima kasih peneliti ucapkan kepada Bapak Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jakarta, Bapak Wahyudi S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen S1, Bapak Drs. Nobelson M.M. dan Bapak Drs. Pandapotan Simarmata, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia membimbing dan memberikan arahan serta saran yang bermanfaat dalam proses penyusunan penelitian ini, serta kepada para dosen-dosen yang telah memberi ilmunya kepada peneliti.

Di samping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada orang tua tercinta Drs. I Komang AB Astika dan Dra. Ni Nyoman Yasmini yang selalu memberikan kasih dan doa selama ini, kepada keluarga yang memberikan dukungan kepada peneliti dan kepada Yoga Widiyanto yang senantiasa berusaha mendampingi selama pengerjaan penelitian ini, hingga para rekan mahasiswa/i program ekstensi kelas karyawan khususnya angkatan 2014 atas semangat dan motivasi dari awal perkuliahan hingga saat ini. Peneliti juga mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada PT. Mercedes-Benz Indonesia dan segenap rekan kerja di tim *procurement commercial vehicle* yang telah memberikan kesempatan luar biasa bagi peneliti dalam melaksanakan penelitian ini, sangat mendukung baik secara moril dan materiil.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini belum sempurna dan masih terdapat berbagai kekurangan. Oleh karena itu dengan tangan terbuka penulis menerima segala saran dan kritik dari pembaca agar dapat memperbaiki makalah ilmiah ini.

Jakarta, Januari 2018

Putu Ayu Gitananda Yasmiartha

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
I.1      Latar Belakang Masalah .....	1
I.2      Rumusan Masalah .....	4
I.3      Tujuan Penelitian .....	5
I.4      Manfaat Hasil Penelitian .....	5
<b>BAB II     TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
II.1     Penelitian Terdahulu .....	6
II.2     Landasan Teori .....	9
II.2.1   Perilaku Konsumen .....	9
II.2.2   Keputusan Pembelian .....	9
II.2.2.1   Pengertian Keputusan Pembelian .....	9
II.2.2.2   Model Keputusan Pembelian Konsumen .....	10
II.2.2.3   Faktor Utama Penentu Keputusan Pembelian Konsumen .....	11
II.2.3   Merek .....	12
II.2.3.1   Manfaat Merek .....	12
II.2.4   Citra Merek .....	13
II.2.4.1   Pengertian Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) .....	13
II.2.4.2   Dimensi Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) .....	13
II.2.5   Harga .....	16
II.2.5.1   Pengertian Harga .....	16
II.2.5.2   Tujuan Penetapan Harga .....	17
II.2.5.3   Memilih Sasaran Harga .....	18
II.2.5.4   Indikator Pengukuran Harga .....	18
II.2.6   Gaya Hidup .....	19
II.2.6.1   Gaya Hidup dan Kepribadian .....	19
II.2.6.2   Pengertian Gaya Hidup .....	19
II.3     Kerangka Konseptual .....	20

II.4	Pengembangan Hipotesis .....	21
II.4.1	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	21
II.4.2	Pengaruh Harga Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	21
II.4.3	Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian .....	22
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	23
III.1.1	Definisi Operasional .....	23
III.1.2	Pengukuran Variabel .....	24
III.2	Metode Penentuan Populasi dan Sampel .....	24
III.2.1	Populasi .....	24
III.2.2	Sampel .....	24
III.3	Teknik Pengumpulan Data .....	25
III.3.1	Jenis Data .....	25
III.3.2	Sumber Data .....	25
III.3.3	Pengumpulan Data .....	25
III.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	27
III.4.1	Teknik Analisis Data .....	27
III.4.1.1	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	27
III.4.2	Uji Hipotesis .....	29
III.4.2.1	<i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	29
III.4.2.2	Cara Kerja <i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	30
III.4.2.3	Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ ) .....	31
III.5	Kerangka Model Penelitian .....	31
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
IV.1.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	33
IV.1.2	Deskripsi Data .....	35
IV.1.2.1	Deskripsi Data Responden .....	35
IV.1.2.2	Deskripsi Data Penelitian .....	38
IV.1.3	Uji Kualitas Data .....	39
IV.1.3.1	Uji Validitas dan Realibilitas .....	39
IV.1.3.1.1	Uji Validitas .....	39
IV.1.3.1.2	Uji Reliabilitas .....	43
IV.1.4	Uji Hipotesis dan Analisis .....	44
IV.1.4.1	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	45
IV.1.4.2	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	46
IV.1.4.2.1	<i>R-Square (Goodness of Fit)</i> .....	46
IV.1.4.2.2	<i>Q-Square</i> .....	47
IV.1.4.3	Uji Hipotesis .....	48
IV.2	Pembahasan .....	49
IV.2.1	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	49
IV.2.2	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	50
IV.2.3	Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian .....	50
IV.3	Keterbatasan Penelitian .....	51

<b>BAB IV</b>	<b>PENUTUP</b>	<b>52</b>
V.1	Kesimpulan	52
V.2	Saran	52
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		<b>54</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Matriks Penelitian Sebelumnya .....	8
Tabel 2.	Dimensi <i>Lifestyle</i> Menurut Solomon .....	20
Tabel 3.	Pengukuran Variabel .....	24
Tabel 4.	Skala Likert .....	26
Tabel 5.	Kisi-kisi Instrumen Penelitian .....	26
Tabel 6.	Contoh <i>Outer Loading Factor</i> Hasil Output PLS .....	28
Tabel 7.	Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai <i>Alpha</i> .....	29
Tabel 8.	Jenis Kelamin Responden .....	36
Tabel 9.	Usia Responden .....	36
Tabel 10.	Pekerjaan Responden .....	37
Tabel 11.	<i>Descriptive Statistics</i> .....	38
Tabel 11.	<i>Convergent Validity</i> Citra Merek .....	39
Tabel 12.	<i>Convergent Validity</i> Harga .....	40
Tabel 13.	<i>Convergent Validity</i> Gaya Hidup .....	40
Tabel 14.	<i>Convergent Validity</i> Keputusan Pembelian .....	41
Tabel 15.	<i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT) .....	42
Tabel 16.	Validitas berdasarkan <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	42
Tabel 17.	<i>Reliability</i> Citra Merek .....	43
Tabel 18.	<i>Reliability</i> Harga .....	43
Tabel 19.	<i>Reliability</i> Gaya Hidup .....	44
Tabel 20.	<i>Reliability</i> Keputusan Pembelian .....	44
Tabel 21.	Nilai <i>R-Square</i> dan <i>R-Square Adjusted</i> .....	47
Tabel 22.	Hasil Nilai Koefisien Analisis Jalur .....	48

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Dimensi Citra Merek .....	14
Gambar 2. Kerangka Konseptual .....	21
Gambar 3. Langkah-langkah Analisis PLS .....	30
Gambar 4. Kerangka Model Penelitian .....	32
Gambar 5. Nilai Loading Faktor Menggunakan Diagram Jalur PLS .....	45

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Data Kuesioner
- Lampiran 3. Tabel T
- Lampiran 4. Hasil Output PLS