



**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS  
PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MOBIL HONDA BRIO DI BOGOR**

**SKRIPSI**

**MUHAMMAD IQBAL 1810111212**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2022**



**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS  
PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MOBIL HONDA BRIO DI BOGOR**

**SKRIPSI**

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

**MUHAMMAD IQBAL 1810111212**

**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 : Muhammad Iqbal

NIM : 1810111212

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

Jakarta, 24 Desember 2021  
Yang Menyatakan,



(Muhammad Iqbal)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

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

Nama : Muhammad Iqbal  
NIM : 1810111212  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : SI 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 :

**Analisis Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap  
Keputusan Pembelian Mobil Honda Brio di Bogor**

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 : 24 Desember 2021

  
(Muhammad Iqbal)

# SKRIPSI

## ANALISIS CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL HONDA BRIO DI BOGOR

*Dipersiapkan dan disusun oleh :*

**MUHAMMAD IQBAL 1810111212**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 13 Januari 2022  
Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



**Dra. A. Bernadin Dwi.M, MM**  
Ketua Penguji



**Dr. Prasetvo Hadi, SE, MM, CFMP**  
Penguji I



**Dra. Heni Nastiti, M.M.**  
Penguji II (Pembimbing)



**Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE.,  
Ak., M.Ak., CA., CSRS**  
Dekan



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

Disahkan di : Jakarta  
Pada tanggal : 13 Januari 2022

***Analysis of The Influence of Brand Image, Product Quality, and Price on Purchasing Decisions of Honda Brio at Bogor***

**By Muhammad Iqbal**

***Abstract***

*The Honda Brio car obtained the highest car sales figure in Indonesia in 2020 but has a lower brand image than its competitors as measured by the Top Brand Index. Based on this background, this study aims to determine, prove, and analyze the effects of brand image, product quality, and price on purchasing decisions for Honda Brio in Bogor. The population in this study is the owner of a Honda Brio car in Indonesia. The number of samples is determined by 75 respondents with the criteria of a Honda Brio car owner in Bogor using the purposive sampling method, and data is collected by distributing questionnaires through Google forms. The analytical techniques used in this research are the descriptive analysis technique and inferential analysis using SmartPLS 3.2.9. The results of the hypothesis test are as follows: (1) brand image has an effect on purchasing decisions of 0.249 positive and significant, (2) product quality has an effect on purchasing decisions of 0.300 positive and significant, and (3) price has an effect on purchasing decisions of 0.295 positive and significant, while the joint contribution is shown by the value of R Square Adjusted, which is 0.606 or 60.6%, while 39.4% by other factors.*

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

# **Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Brio di Bogor**

**Oleh Muhammad Iqbal**

## **Abstrak**

Mobil Honda Brio memperoleh angka penjualan mobil tertinggi di Indonesia pada tahun 2020 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 Honda Brio di Bogor. Populasi dalam penelitian ini ialah pemilik mobil Honda Brio di Indonesia, kemudian ditentukan jumlah sampel sebanyak 75 responden dengan kriteria pemilik mobil Honda Brio di Bogor 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 berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 0.249 positif dan signifikan, (2) kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 0.300 positif dan signifikan, dan (3) harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 0.295 positif dan signifikan, sedangkan untuk kontribusi secara bersama sama ditunjukkan oleh besarnya nilai R Square Adjusted, yaitu sebesar 0.606 atau 60.6%, sedangkan sebesar 39.4% oleh faktor lain.

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



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
Jalan RS. Fatmawati No.1 Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450  
Telp. 021-7656971, Fax.021-7656904

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**  
**SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2021/2022**

Hari ini tanggal 13 Januari 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Muhammad Iqbal  
NIM : 1810111212  
Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :  
“**Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Brio di Bogor**”  
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* \*)

**Penguji**

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dra. A.Bernadin Dwi.M, MM	Ketua Penguji	
2	Dr. Prasetyo Hadi, SE, MM, CFMP	Penguji I	
3	Dra. Heni Nastiti, MM	Penguji II **)	

**Keterangan :**

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

Jakarta, 13 Januari 2022  
Mengesahkan  
A.n. Dekan  
Kepala Program Studi Manajemen  
Program Sarjana



Wahyudi.,SE.,MM



## **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 Honda Brio di Bogor” berhasil diselesaikan.

Dengan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak akademisi, yakni kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Ariefiara, 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 Bapak Wahyudi 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 Dra. Heni Nastiti. 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 Komarudin dan Ibu Supiati, serta keluarga besar tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan selama masa pendidikan. Selain itu peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada 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.

Jakarta , 13 Januari 2022



Muhammad Iqbal

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKAS .....	iv
PENGESAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	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
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Perumusan Masalah .....	7
I.3 Tujuan Penelitian.....	8
I.4 Manfaat Hasil Penelitian .....	8
BAB. II 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 .....	13
II.1.4 Citra Merek .....	16
II.1.5 Harga.....	19
II.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	21
II.3 Model Penelitian Empiris.....	26
II.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	27
II.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
II.3.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	28

II.4	Hipotesis.....	29
BAB. III	METODE PENELITIAN .....	30
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	30
III.1.1	Definisi Operasional .....	30
III.1.2	Pengukuran Variabel.....	30
III.2	Penentuan Populasi dan Sampel.....	32
III.2.1	Populasi.....	32
III.2.2	Sampel.....	32
III.3	Teknik Pengumpulan Data.....	32
III.3.1	Jenis Data .....	32
III.3.2	Sumber Data.....	33
III.3.3	Pengumpulan Data.....	33
III.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	34
III.4.1	Teknik Analisis Data .....	34
III.4.2	Analisis Deskriptif .....	34
III.4.3	Analisis Inferensial .....	36
III.5	Uji Hipotesis.....	40
BAB. IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	42
IV.2	Analisis Deskriptif .....	43
IV.2.1	Deskripsi Data Responden .....	43
IV.2.2	Analisis Tanggapan Responden .....	47
IV.3	Analisis Inferensial .....	51
IV.3.1	Model Pengukuran (Outer Model) .....	51
IV.3.2	Evaluasi <i>Goodness of fit</i> .....	52
IV.4	Uji Hipotesis.....	57
IV.4.1	Hasil Uji Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian ..	57
IV.4.2	Hasil Uji Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	58
IV.4.3	Hasil Uji Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	58
IV.5	Pembahasan .....	58
IV.5.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	58

IV.5.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	60
IV.5.3	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	61
IV.6	Keterbatasan Penelitian.....	62
BAB. V	SIMPULAN DAN SARAN.....	64
V.1	Simpulan .....	64
V.2	Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	.....	66
RIWAYAT HIDUP	.....	69
LAMPIRAN	.....	70

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Penjualan Mobil di Indonesia (2018-2020).....	2
Tabel 2. Top Brand Index Otomotif Kategori City Car (2018-2020).....	4
Tabel 3. Matriks Hasil Penelitian Sebelumnya .....	24
Tabel 4. Pengukuran Variabel Penelitian.....	31
Tabel 5. Beban Estimasi Skala <i>Likert</i> .....	33
Tabel 6. Kisi-Kisi alat Penelitian.....	33
Tabel 7. Interpretasi Nilai Indeks .....	35
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	45
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	46
Tabel 12. Tanggapan Responden pada Keputusan Pembelian.....	47
Tabel 13. Tanggapan Responden pada Citra Merek.....	48
Tabel 14. Tanggapan Responden pada Kualitas Produk.....	49
Tabel 15. Tanggapan Responden pada Harga .....	50
Tabel 16. Hasil Nilai <i>Loading Factor</i> .....	53
Tabel 17. Hasil Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	54
Tabel 18. Hasil Nilai <i>Fornell-Lacker Criterium</i> .....	54
Tabel 19. Hasil nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> .....	55
Tabel 20. Hasil Nilai <i>R Square</i> .....	55
Tabel 21. Hasil Nilai <i>Q Square</i> .....	56
Tabel 22. Hasil Nilai original sample, t statistics, dan p values.....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Penjualan Mobil di Indonesia (2018-2020) .....	2
Gambar 2. Top Brand Index Otomotif Kategori City Car (2018-2020) .....	4
Gambar 3. Model Penelitian Empiris.....	27
Gambar 4. Langkah-Langkah Analisis PLS.....	36
Gambar 5. Tahap-tahap Analisa PLS.....	37
Gambar 6. Konstruksi Diagram Jalur PLS Penelitian .....	38
Gambar 7. Logo Honda.....	42
Gambar 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
Gambar 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Gambar 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
Gambar 11. Hasil Outer Model .....	52

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Penelitian Sebelumnya .....	70
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian .....	72
Lampiran 3 Data Kuesioner 75 Responden.....	77
Lampiran 4 Hasil Deskripsi Data Responden .....	85
Lampiran 5 Hasil Deskripsi Data Penelitian .....	86
Lampiran 6 Hasil Pengolahan Outer Models SmartPLS .....	88
Lampiran 7 Hasil Pengolahan Model SmartPLS.....	89
Lampiran 8 T-tabel .....	91