



UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOBIL TOYOTA AGYA DI BEKASI
(Studi Kasus Pengguna Mobil Toyota Agya Di Bekasi)**

SKRIPSI

**WAHYU ARDI IRAWAN
201210325014**

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
AGUSTUS 2016**



UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOBIL TOYOTA AGYA DI BEKASI
(Studi Kasus Pengguna Mobil Toyota Agya Di Bekasi)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen Dalam Program Pendidikan Tingkat Strata Satu**

**WAHYU ARDI IRAWAN
201210325014**

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
AGUSTUS 2016**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : WAHYU ARDI IRAWAN
NPM : 201210325014
FAKULTAS : EKONOMI
JURUSAN : MANAJEMEN
KONSENTRASI MATA KULIAH : PEMASARAN

JUDUL SKRIPSI

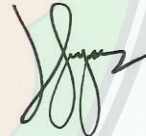
PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AGYA DI BEKASI
(Studi Kasus Pengguna Mobil Toyota Agya Di Bekasi)

Pembimbing I



(Douglas Pasaribu, M.A., E.C.)

Pembimbing II



(Haryudi Anas, S.E., M.S.M.)

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya



(Siti Mardiyah, S.E., M.M.)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :
Nama : Wahyu Ardi Irawan
NPM : 201210325014
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk
Terhadap Keputusan Pembelian
Mobil Toyota Agya Di Bekasi
(Studi Kasus Pengguna Mobil Toyota Agya Di Bekasi).

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Douglas Pasaribu, M.A., E.C (.....)
Pembimbing I : Haryudi Anas, S.E., M.S.M (.....)
Ketua Penguji : Douglas Pasaribu, M.A., E.C (.....)
Penguji I : Fitria Ariyani, SE., MM (.....)
Penguji II : Eri Bukhari, SE., MT (.....)

Ditetapkan di : Bekasi
Tanggal : Agustus 2016

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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



Nama : Wahyu Ardi Irawan

NPM : 201210325014

Tanda Tangan : 

Tanggal : Agustus 2016

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Wahyu Ardi Irawan
NPM : 201210325014
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

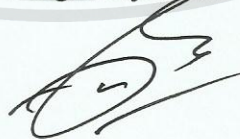
“Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Agya Di Bekasi (Studi Kasus Pengguna Mobil Toyota Agya Di Bekasi)”.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bhayangkara Jakarta Raya berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Bekasi
Pada Tanggal : Agustus 2016

Yang Menyatakan



(Wahyu Ardi Irawan)

ABSTRAK

Nama : Wahyu Ardi Irawan
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk
Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Agya Di Bekasi
(Studi Kasus Pengguna Mobil Toyota Agya Di Bekasi).

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan antara pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Agya di Bekasi. Data yang diperoleh untuk penelitian ini adalah data primer yang merupakan hasil jawaban responden terhadap kuesioner. Penelitian ini menggunakan 200 responden dan metode sampling yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *purposive* sampling, yaitu syarat responden dalam penelitian ini adalah pengguna mobil Toyota Agya di Bekasi. Pada uji koefisien determinasi terdapat pengaruh sebesar 33,9% antara variabel citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, sedangkan sebanyak 66,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Agya, dan variabel citra merek merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal tersebut terlihat dari nilai *standardized coefficient beta* sebesar 0,451. Secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Agya.

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

ABSTRACT

Name : Wahyu Ardi Irawan

Study Program : Management

*Title : The Influence Of Brand image and Product Quality to Toyota Agya Car Purchasing Decisions in Bekasi.
(A Case Study of car users Toyota Agya In Bekasi).*

This research aims to describe the influence of brand image and product quality to Toyota Agya car purchasing decisions in Bekasi. The data obtained for this study are primary data that is the result of respondents answer to the questionnaire. This study uses 200 respondents and sampling methods used to obtain the data in this research is using purposive sampling, that the terms of respondents in this study is the car Toyota Agya in Bekasi. In the test of coefficient determination there is an influence of 33,9% between the variable of brand image and product quality on purchasing decisions, while as many as 66,1% are influenced by other variables not included in this study. The results of this study indicate that the brand image and product quality partially has positive and significant influence on purchasing decisions cars Toyota Agya and brand image variables are variables that most influence on purchasing decisions, it is visible from the beta coefficient of 0,451. Simultaneously significant effect on purchasing decisions Toyota Agya car.

Keyword :

Brand Image, Product Quality, Purchasing Decisions.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-NYA penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Agya Di Bekasi (Studi Kasus Pengguna Mobil Toyota Agya Di Bekasi)”. Penulisan skripsi dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat akademik untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak Skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan segera. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Drs. H. Bambang Karsono, SH, MM selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Rr. Ratih Dyah K, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Siti Mardiyah SE, MM selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Doglas Pasaribu, MA, EC selaku dosen Pembimbing satu yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan Skripsi.
5. Bapak Haryudi Anas SE, MSM selaku dosen Pembimbing dua yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan Skripsi.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah banyak memberikan ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Alm. Suropto dan Ibu Indah Retno Wati yang telah memberikan dukungan dan motivasi. Terima kasih atas kasih sayang, semangat dan doa yang tiada henti. Semoga bisa jadi kebanggaan Papa dan Mama.

8. Adikku Lina Nila Sari yang telah banyak menyediakan waktu dan selalu siap setiap saat memberikan bantuan untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman Fakultas Ekonomi Manajemen Sore angkatan 2012, terutama kelas D/E, atas kebersamaan yang menyenangkan selama kuliah.
10. Seluruh Responden yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang diperlukan.

Akhir kata penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Bekasi, Agustus 2016

Penulis

Wahyu Ardi Irawan



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah	6
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pemasaran	8
2.2 Citra Merek.....	9
2.2.1 Pentingnya Pemilihan Merek.....	11
2.2.2 Tujuan Pemberian Merek.....	11
2.2.3 Syarat Memilih Merek	12
2.3 Kualitas Produk.....	13
2.3.1 Elemen Kualitas Produk	14
2.4 Keputusan Pembelian	15
2.4.1 Struktur Keputusan Membeli.....	18
2.4.2 Model Keputusan Pembelian	20
2.5 Penelitian Terdahulu	21
2.6 Kerangka Pemikiran	24
2.7 Hipotesis	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian.....	25
3.2 Jenis Dan Sumber Data.....	25
3.3 Populasi Dan Sample	26
3.4 Definisi Operasional Variabel	27
3.5 Tehnik Pengumpulan Data.....	29
3.5.1 Kuesioner	29
3.5.2 Studi Pustaka.....	31

3.6	Metode Analisis Data.....	31
3.6.1	Uji Kualitas Data.....	32
3.6.1.1	Uji Validitas.....	32
3.6.1.2	Uji Realibilitas.....	32
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	33
3.6.2.2	Uji Normalitas.....	33
3.6.2.3	Uji Multikolinearitas.....	34
3.6.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	34
3.6.2.4	Uji Linieritas.....	35
3.7	Analisis Regresi Berganda.....	35
3.7.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	36
3.7.2	Uji T (Parsial).....	37
3.7.3	Uji F (Simultan).....	37
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1	Gambaran Umum Tentang Objek Penelitian.....	39
4.1.1	Profil Toyota.....	39
4.1.2	Sekilas Toyota Agya.....	40
4.2	Analisis Dan Pembahasan.....	41
4.2.1	Karakteristik Responden.....	41
4.3	Pengujian Instrumen Data.....	44
4.3.1	Uji Validitas.....	44
4.3.2	Uji Realibilitas.....	48
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	49
4.4.1	Uji Normalitas.....	49
4.4.2	Uji Multikolonieritas.....	52
4.4.3	Uji Heterokedastisitas.....	53
4.4.4	Uji Linieritas.....	55
4.5	Uji Regresi Linier Berganda.....	57
4.5.1	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
4.5.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	58
4.5.3	Uji T (Parsial).....	59
4.5.4	Uji F (Simultan).....	63
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
5.1	Kesimpulan.....	65
5.2	Implikasi.....	65
5.3	Saran.....	66

DAFTAR PUSTAKA

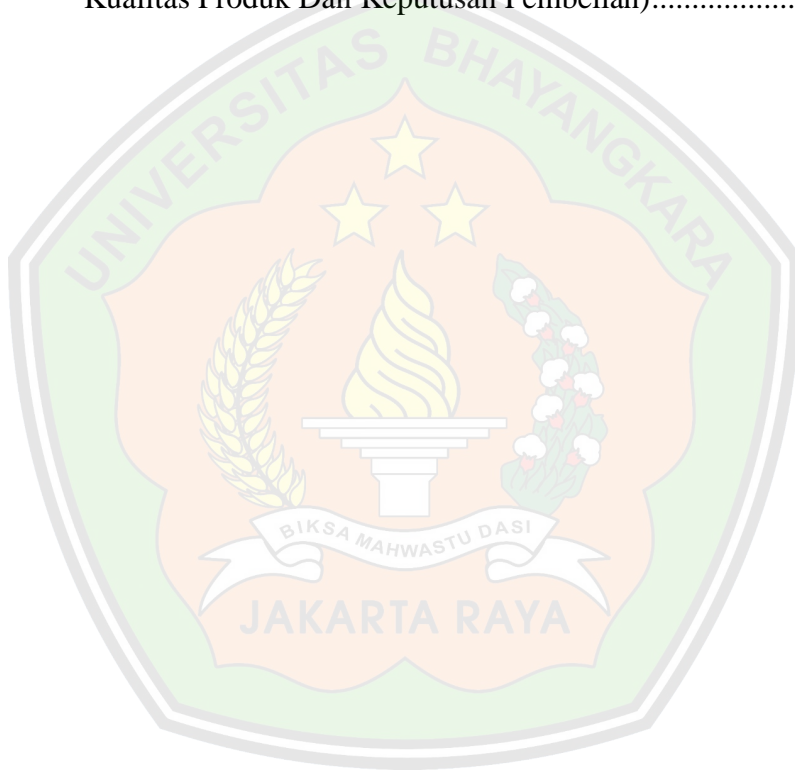
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Mobil LCGC	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	27
Tabel 3.2	Skala Likert	31
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	42
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	43
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Citra Merek	45
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	46
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	47
Tabel 4.7	Hasil Uji Realibilitas Variabel Citra Merek	48
Tabel 4.8	Hasil Uji Realibilitas Variabel Kualitas Produk	48
Tabel 4.9	Hasil Uji Realibilitas Variabel Keputusan Pembelian	49
Tabel 4.10	Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov	51
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolonieritas	52
Tabel 4.12	Hasil Uji Linieritas Variabel Keputusan Pembelian (Y) Dan Citra Merek (X1)	56
Tabel 4.13	Hasil Uji Linieritas Variabel Keputusan Pembelian (Y) Dan Kualitas Produk (X2)	56
Tabel 4.14	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	57
Tabel 4.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	59
Tabel 4.16	Hasil Uji T (Parsial)	59
Tabel 4.17	Hasil Uji F (Simultan)	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.6	Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 4.1	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Gambar 4.2	Data Responden Berdasarkan Umur	43
Gambar 4.3	Data Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	44
Gambar 4.4	Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram).....	50
Gambar 4.5	Hasil Uji Normalitas (Grafik Normal P-P Plot).....	50
Gambar 4.6	Hasil Uji Heterokedastisitas (Grafik Scatterplot).....	53
Gambar 4.7	Hasil Uji Heterokedastisitas Secara Parsial (Grafik Scatterplot Citra Merek Dan Keputusan Pembelian).....	54
Gambar 4.8	Hasil Uji Heterokedastisitas Secara Parsial (Grafik Scatterplot Kualitas Produk Dan Keputusan Pembelian).....	55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner.....	69
Lampiran 2	Data Jawaban Responden.....	71
Lampiran 3	Hasil Olah Data SPSS.....	76
Lampiran 4	Tabel Statistik.....	86
Lampiran 5	Riwayat Hidup.....	99

