

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PERSEPSI KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOYOTA RUSH PADA
AUTO 2000 CABANG KENJERAN SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh :

A'isy Sufyaan Alim Pamuji

19012010322/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2023

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PERSEPSI KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOYOTA RUSH PADA
AUTO 2000 CABANG KENJERAN SURABAYA**

Disusun Oleh:

A'isy Sufyaan Alim Pamuji
19012010322

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 15 September 2023**

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si.
NIP. 196901132021212003

Pembimbing



Drs. Ec. Hery Pudjoprastyono M.M.
NIP. 196203181988031002

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**




Dr. Drs. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP.
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : A'isy Sufyaan Alim Pamuji
NPM : 19012010322
NIK : 3515172007000001
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 20 Juli 2000
Alamat : Perum Merpati Blok M-02 Pabean Sedati Sidoarjo
Judul Artikel : Pengaruh Persepsi Harga dan Persepsi Kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian TOYOTA Rush pada AUTO 2000 cabang kenjeran Surabaya

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil dari pemikiran sendiri, serta bukan dari saduran/terjemahan/plagiarisme.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari siapapun. Jika di kemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme maka kelulusan akan dibatalkan, saya bersedia dibatalkannya gelar akademik yang telah saya raih.

Surabaya, 15 September 2023
yang menyatakan,



A'isy Sufyaan Alim Pamuji

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TOYOTA RUSH PADA AUTO 2000
CABANG KENJERAN SURABAYA**

Oleh

A'ISY SUFYAAN ALIM PAMUJI

19012010322

ABSTRAK

Berdasarkan data dari GAIKINDO (Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia) menunjukkan adanya penurunan penjualan pada Toyota Rush pada tahun 2020 dan secara spesifik pada Auto 2000 Cabang Kenjeran Surabaya. Hal tersebut mengindikasikan adanya penurunan pada keputusan pembelian.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh persepsi harga dan persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian Mobil Toyota Rush pada Auto 2000 Cabang Kenjeran Surabaya. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

Populasi pada penelitian ini adalah Pembeli Mobil Toyota Rush pada Auto 2000 Cabang Kenjeran Surabaya. Sampel pada penelitian menggunakan purposive sampling dan populasi sebanyak 90 Responden dan menggunakan alat analisis PLS (Partial Least Square).

Hasil penelitian ini adalah 1. Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis data diketahui bahwa Persepsi Harga berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian Toyota Rush, yang memiliki arti jika Persepsi Harga sudah sejalan dengan keputusan pembelian konsumen. 2. Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis data diketahui bahwa Persepsi Kualitas Produk berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian Toyota Rush, yang memiliki arti jika Persepsi Kualitas Produk Toyota Rush mengalami kenaikan maka akan sejalan dengan keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Persepsi Harga; Persepsi Kualitas Produk: Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran ALLAH SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul "PENGARUH PRESEPSI HARGA DAN PRSEPSI KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOYOTA RUSH PADA AUTO 2000 CABANG KENJERAN SURABAYA".

Dalam penyusunan Skripsi ini, tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang penulis alami. Namun berkat bimbingan, dukungan, semangat dan doa dari berbagai pihak sehingga penulis mampu menyelesaikannya. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Akhmad Fauzi, MMT selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Drs. Ec. Hery Pudjoprastyono, M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan bekal ilmu bimbingan serta pengarahan dalam pembuatan Skripsi ini.
4. Para Dosen Pengajar yang telah memberikan banyak bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama mengikuti kegiatan perkuliahan di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
5. Orang tua dan keluarga yang dengan penuh kesabaran dan kasih sayang

selalu memberikan semangat dan motivasi serta doa kepada penulis dalam proses pembuatan Skripsi ini.

6. Teman-teman terdekat saya Fikri, Galeh, Kevin, Ade Ray, Nika, Dhany, Laras, dan Azriel yang selalu memberi bantuan, motivasi dan semangat serta kesetiannya dalam mendampingi penulis dalam pembuatan Skripsi ini.

7. Seluruh keluarga mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

8. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah mendukung dan memberikan arahan dalam proses pembuatan Skripsi ini.

Dalam pembuatan Skripsi ini penulis menyadari masih banyak sekali kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan guna memperbaiki kekurangan yang ada.

Surabaya, 15 september 2023

A'isy Sufyaan Alim Pamuji,

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
USULAN PENELITIAN	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	XII
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 Pemasaran	16
2.2.2 Persepsi Harga.....	17
2.2.3 Persepsi Kualitas Produk	20
2.2.4 Keputusan Pembelian.....	22
2.3 Hubungan Antar Variabel	25

2.3.1 Hubungan Antara Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian.....	25
2.3.2 Hubungan Antara Persepsi Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	26
2.4 Kerangka Konseptual	28
2.5 Hipotesis.....	28
BAB III.....	30
3.1 Operasional dan Pengukuran Variabel.....	30
3.1.1 Variabel Bebas	30
3.1.2 Variabel Terikat	31
3.1.3 Pengukuran Variabel	32
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	32
3.2.1 Populasi	32
3.2.2 Sampel.....	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data	34
3.3.1 Jenis Data	34
3.3.2 Sumber Data.....	34
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	34
3.4.1 Uji Validitas	34
3.4.2 Uji Reliabilitas	35
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	35
3.5.1 Teknik Analisis	35
3.5.2 Cara Kerja PLS	37
3.5.3 Langkah Langkah Partial Least Square (PLS)	37
3.5.4 Asumsi PLS.....	43
3.5.5 Ukuran Sampel.....	43
BAB IV	44

4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	44
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	44
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	45
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	45
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	45
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	46
4.3 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	52
4.3.1 Evaluasi Uji <i>Outlier</i>	52
4.3.2 Interpretasi Hasil PLS	53
4.4 Pembahasan.....	62
4.4.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	62
4.4.2 Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	62
BAB V.....	63
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penggunaan Transportasi di Indonesia Dalam Unit	2
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran Likert.....	32
Tabel 4. 1 Usia Responden	45
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden.....	46
Tabel 4. 3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Persepsi Harga (X1).....	47
Tabel 4. 4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Persepsi Kualitas Produk (X2).....	49
Tabel 4. 5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Keputusan Pembelian (Y1)	51
Tabel 4. 6 Data Outlier.....	53
Tabel 4. 7 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values).....	55
Tabel 4. 8 Cross Loading.....	57
Tabel 4. 9 Average Variance Extracted (AVE)	57
Tabel 4. 10 Composite Reliability	58
Tabel 4. 11 Latent Variable Correlations.....	59
Tabel 4. 12 R-square	60
Tabel 4. 13 Gambar Inner Model dengan nilai signifikansi T-Statistic Bootstraping.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Top Brand Indeks Mobil SUV	4
Gambar 1. 2 Top Brand IndeksMobil SUV.....	6
Gambar 1. 3 Data PenjualanNasional Toyota Rush	7
Gambar 1. 4 Data Penjualan Toyota Rush Pada Auto 2000 Kenjeran Surabaya	9
Gambar 2. 1 Gambar Tahap Proses Keputusan Pembelian	24
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual.....	28
Gambar 3. 1 Bagan Langkah PLS	37
Gambar 3. 2 Diagram Jalur.....	39
Gambar 4. 1 Outer Model dengan Factor Loading, Path Coefficient, dan R-Square	54
Gambar 4. 2 Gambar Inner Model dengan nilai signifikansi T-Statistic Bootstraping ...	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran. 1 Kuisisioner Penelitian.....	72
Lampiran. 2 Tabulasi Data	75
Lampiran. 3 Hasil Olah Data PLS	77