

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA SIENTA DI AUTO2000
CABANG HR MUHAMMAD SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Untuk Menyusun Skripsi S-1 Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

DEBITO ANDRI KRISTANTO
17012010105/FEB/EM

**PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR
2022**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA SIENTA DI
AUTO2000 CABANG HR MUHAMMAD SURABAYA**

Disusun Oleh :

DEBITO ANDRI KRISTANTO
17012010105/FEB/EM

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan**

**Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 5 Januari 2022**

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


Sulastri Irbayuni, S.E., M.M.
NIP. 196206161989032001

Pembimbing Utama


Drs. Ec. Herv Padjoprastyono, M.M
NIP. 196203181988031002

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



Prof. Dr. Svamsul Huda, S.E., M.T.
NIP. 195908281990031001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Usulan Penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Sienta di AUTO2000 cabang HR Muhammad Surabaya”**. Adapun maksud dari penyusunan proposal skripsi ini adalah guna memnuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Progdil Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam kegiatan maupun penyusunan Usulan Penelitian ini, penulis menemui beberapa kendala yang pada akhirnya dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan, baik bantuan moril berupa dukungan dan bimbingan maupun materiil. Ucapan terima kasih penulis ditujukan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Prof. Dr. Syamsul Huda, MT, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jatim;
3. Ibu Sulastri Irbayuni, SE, MM., selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur;
4. Bapak Drs. Ec. Hery Pudjoprastyono. MM., selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan dan saran kepada penulis selama penyusunan skripsi;

5. Orang Tua saya yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis baik secara moril maupun materil;
6. Kepada Dhianita, Robby, Safa, Naufal, rekan-rekan Rutinitas, dan Werwer Project terimakasih atas segala dukungan, bantuan & motivasi yang telah diberikan dalam penyusunan skripsi.
7. Teman-teman saya yang senantiasa memberikan saran dan bantuan dalam perencanaan sampai dengan penyusunan skripsi. Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, adanya kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan penulis untuk penyempurnaan susunan ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Surabaya, 26 April 2021

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 Pemasaran.....	11
2.2.2 Manajemen Pemasaran	12
2.2.3 Kualitas Produk	12
2.2.4 Indikator Kualitas Produk.....	15
2.2.5 Citra Merek.....	17
2.2.6 Indikator Citra Merek	18
2.2.7 Promosi.....	19
2.2.8 Indikator Promosi	20
2.2.9 Keputusan Pembelian	20
2.2.10 Indikator Keputusan Pembelian.....	22
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	22
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	22
2.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.3.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.3.4 Kerangka Pemikiran	26
2.3.5 Hipotesis Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN	28

3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	28
3.1.1 Definisi Operasional	28
3.1.2 Pengukuran Variabel	34
3.2. Teknik Penentuan Sampel	35
3.2.1 Populasi	35
3.2.2 Sampel	36
3.3 Teknik Pengumpulan Data	38
3.3.1 Jenis Data.....	38
3.3.2 Sumber Data	38
3.3.3 Metode Pengumpulan	39
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	39
3.4.1 Uji Validitas.....	39
3.4.2 Uji Reliabilitas	40
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	40
3.5.1 Teknik Analisis	40
3.5.2 Cara Kerja PLS	41
3.5.3 Model Spesifikasi PLS.....	41
3.5.4 Langkah-langkah PLS.....	42
3.5.5 Asumsi PLS.....	53
3.5.6 Ukuran Sampel.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	54
4.1.1 Profil Perusahaan	54
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian dan Pembahasan	54
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
4.2.3 Deskripsi Variabel Kualitas Produk dan Indikatornya	56
4.2.4 Deskripsi Variabel Citra Merek dan Indikatornya.....	60
4.2.5 Deskripsi Variabel Promosi dan Indikatornya.....	62
4.2.6 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian dan Indikatornya	63
4.3 Analisis Data	65
4.3.1 Evaluasi Outlier	65
4.3.2 Model Pengukuran PLS (Outer Model).....	68

4.3.3. Analisis Model PLS.....	75
4.3.4 Evaluasi Pengujian Struktur Model (Inner Model)	76
4.3.5 Uji Hipotesis	77
4.4 Pembahasan	78
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	78
4.4.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	79
4.4.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	80
BAB V_KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Toyota Sienta 2017-2020	3
Tabel 1.2 Data Penjualan Mobil Toyota Sienta 2017-2020 di dealer AUTO2000 cabang HR Muhammad Surabaya	4
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
Tabel 4.3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk.....	56
Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Citra Merek.....	60
Tabel 4.5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Promosi.....	62
Tabel 4.6 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian..	63
Tabel 4.7 Residual Statistics.....	66
Tabel 4.8 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values).....	68
Tabel 4.9 Average Variance Extracted.....	71
Tabel 4.10 Composite Reliability.....	72
Tabel 4.11 Latent Variable Corelations.....	73
Tabel 4.12 R Square.....	76
Tabel 4.13 Uji Hipotesis.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	26
Gambar 3.1 Struktural PLS	42
Gambar 3.2 Model Kerangka Pemikiran	49
Gambar 4.1 Diagram Jalur Hasil Output PLS.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Deskriptif Data Jawaban Responden

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA SIENTA DI
AUTO2000 CABANG HR MUHAMMAD SURABAYA**

Oleh

DEBITO ANDRI KRISTANTO
17012010105 / FEB / EM

ABSTRAK

Seiring perkembangan zaman dan teknologi, kebutuhan akan transportasi merupakan sesuatu yang sangat penting bagi setiap kalangan masyarakat. Sektor industri transportasi saat ini mengalami perkembangan yang pesat, termasuk pada industri mobil. Terdapat berbagai merk mobil yang ada di Indonesia seperti Toyota, Honda, Wuling, Mistubishi dll. Salah satu merk mobil yang terkenal di Indonesia adalah Toyota. Dari sekian berbagai jenis mobil, ada satu jenis mobil yang paling diminati konsumen di Indonesia, yakni kendaraan serba guna (*Multi Purpose Vehicle/MPV*) salah satunya Mobil Toyota Sienta. Mobil ini mulai diproduksi secara massal di Toyota Karawang, Jawa Barat

Penelitian ini dilakukan di dealer Auto2000 cabang HR Muhammad Surabaya, Jawa Timur. Tujuan penelitian ini adalah agar dapat mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek, dan promosi terhadap Keputusan Pembelian. Keseluruhan sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 60 responden, dengan metode non-probability sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner dengan sampel yaitu konsumen yang membeli mobil Toyota Sienta di dealer Auto2000 cabang HR Muhammad Surabaya. Penelitian ini menggunakan teknik analisis Partial Least Squares (PLS). Dalam hasil penelitian ditemukan bahwa kualitas produk dan citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan promosi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini kualitas produk dan citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada mobil Toyota Sienta. Sedangkan promosi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada mobil Toyota Sienta.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Citra Merek; Promosi; Keputusan Pembelian