

Pengaruh *Perceived Price* dan *Perceived Quality* Terhadap *Purchase Intention*

Mobil Toyota Kijang Innova Zenix pada Masyarakat Ekonomi Kelas Menengah

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen



Diajukan oleh:

GABRIEL JAWSULDRIANDI PAELONGAN

21012010307/FEB/EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN

JAWA TIMUR

2025

SKRIPSI

**PENGARUH PERCEIVED PRICE DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP
PURCHASE INTENTION MOBIL TOYOTA KIJANG INNOVA ZENIX
PADA MASYARAKAT EKONOMI KELAS MENENGAH**

Disusun Oleh :

GABRIEL JAWSULDRIANDI PAELONGAN
21012010307/FEB/EM

**Telah Dipertahankan Dihadapan Dan Diterima oleh Tim Penguji
Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
Pada Tanggal : 01 Desember 2025**

Pembimbing Utama

**Tim Penguji
Ketua**

Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma Wardhani, M.M.
NIP. 196310091991032001

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

Anggota

Fani Khoirotunnisa, S.E., M.SM
NIP. 199504302022032014

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

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

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Gabriel Jawsuldriandi Paelongan
NPM : 21012010307
Program : Sarjana(S1)/~~Magister (S2)~~ / Doktor (S3)
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/~~Tesis/Disertasi~~* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu Lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/~~Tesis/Desertasi~~ ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 01 Desember 2025

Yang menyatakan,



Gabriel Jawsuldriandi Paelongan
NPM. 21012010307

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Perceived Price* dan *Perceived Quality* terhadap *Purchase Intention* Mobil Toyota Kijang Innova Zenix pada Masyarakat Ekonomi Kelas Menengah” ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar S-1 Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala hormat, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dra.Ec.Nuruni Ika Kusuma Wardhani, M.M. selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan arahan, masukan, serta dukungan dalam setiap tahap penyusunan skripsi ini.
4. Dosen Penguji yang telah memberi masukan dan arahan untuk menyempurnakan skripsi ini.
5. Orang tua, keluarga, serta saudara yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat selama proses penelitian dan penulisan skripsi ini.
6. orang yang saya kasihi, Nadine bell gracia, yang selalu hadir memberikan semangat, kesabaran, pengertian, dan motivasi di setiap proses penyusunan skripsi ini.
7. Saudara kandung, yang selalu memberi dorongan, bantuan, serta membuat penulis tetap bersemangat dalam menghadapi berbagai tantangan selama proses penelitian.

8. Koneksthree dan Dimas Arya atas segala bantuan, insight, dan diskusi-diskusi bermanfaat, saran, serta selalu siap membantu ketika penulis membutuhkan pertolongan selama menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur yang telah memberikan ilmu dan wawasan selama masa perkuliahan
10. Kepada seluruh teman-teman seperjuanganku Manajemen Angkatan 2021.
11. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Surabaya, 01 Desember 2025

Penulis

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR GAMBAR.....	iii
DAFTAR TABEL.....	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.1 Rumusan Masalah	13
1.2 Tujuan Penelitian.....	13
1.3 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
2.2 Landasan Teori.....	22
2.2.1 The Theory of Planned Behavior	22
2.2.2 Pemasaran	23
2.2.3 Perceived Price.....	25
2.2.4 Perceived Quality	25
2.2.5 Purchase Intention	26
2.3 Hubungan Antar Variabel	27
2.3.1 Pengaruh Perceived Price Terhadap Purchase Intention.....	27
2.3.2 Pengaruh Perceived Quality Price Terhadap Purchase Intention	29
2.4 Kerangka Konseptual	30
2.5 Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	33
3.1.1 Variabel Independen.....	33
3.1.2 Variabel Dependen.....	36
3.1.3 Pengukuran Variabel	38
3.2 Teknik Penentuan Sampel	39
3.2.1 Populasi.....	39
3.2.2 Sampel.....	39
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.3.1 Jenis Data	41

3.3.1	Metode Pengumpulan Data	42
3.4	Teknis Analisis Dan Uji Hipotesis.....	43
3.4.1	Teknik Analisis Data	43
3.4.2	Model Indikator.....	44
3.4.3	Cara Kerja PLS.....	46
3.4.4	Langkah - Langkah PLS.....	47
3.4.5	Asumsi PLS.....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN		58
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	58
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	59
4.2.1	Karakteristik Responden	59
4.2.2	Deskripsi Data Variabel	62
4.3	Analisa dan Pengujian Hipotesis	67
4.3.1	Interpretasi Hasil PLS	67
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	75
4.4.1	Pengaruh Perceived Price Terhadap Purchase Intention	75
4.4.2	Pengaruh Perceived Quality Terhadap Purchase Intention	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		79
5.1	Kesimpulan	79
5.2	Saran	80
DAFTAR PUSTAKA		82
LAMPIRAN		86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Toyota Kijang Innova Zenix	4
Gambar 1. 2 Grafik Toyota Kijang Innova pada Top Brand Index	5
Gambar 1. 3 Ulasan masyarakat pada Platform X	8
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	31
Gambar 3. 1 Model Indikator Reflektif	45
Gambar 3. 2 Model Indikator Formatif	46
Gambar 3. 3 Diagram Jalur PLS.....	49
Gambar 4. 1 Diagram Jalur Hasil Output PLS	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penjualan (<i>Wholesales</i>) Toyota di Indonesia 5 Tahun Terakhir.....	5
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	59
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	61
Tabel 4. 5 Deskripsi Data Jawaban Responden pada <i>Perceived Price</i>	62
Tabel 4. 6 Deskripsi Data Jawaban Responden pada <i>Perceived Quality</i>	64
Tabel 4. 7 Deskripsi Data Jawaban Responden pada <i>Purchase Intention</i>.....	66
Tabel 4. 8 <i>Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values, P- Values)</i>	68
Tabel 4. 9 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>.....	69
Tabel 4. 10 <i>Cross Loading</i>.....	70
Tabel 4. 11 <i>Composite Reliability</i>.....	72
Tabel 4. 12 <i>R-Square</i>.....	74
Tabel 4. 13 <i>Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values)</i>.....	74

**Pengaruh *Perceived Price* dan *Perceived Quality* terhadap
Purchase Intention Mobil Toyota Kijang Innova Zenix
pada Masyarakat Ekonomi Kelas Menengah**

oleh:

GABRIEL JAWSULDRIANDI PAELONGAN

21012010307/FEB/EM

ABSTRAKSI

Pertumbuhan industri otomotif di Indonesia yang semakin kompetitif mendorong perusahaan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi niat beli konsumen, khususnya pada segmen masyarakat kelas menengah yang menjadi target pasar potensial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *perceived price* dan *perceived quality* terhadap *purchase intention* pada Toyota Kijang Innova Zenix. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap responden yang mengenal Toyota Kijang Innova Zenix namun belum melakukan pembelian. Analisis data dilakukan dengan teknik Partial Least Square – Structural Equation Modeling (PLS-SEM) menggunakan SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, yang berarti harga yang dianggap sesuai dengan manfaat mampu meningkatkan niat beli konsumen. Selain itu, *perceived quality* juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan, menegaskan bahwa kualitas yang dirasakan konsumen, meliputi performa, fitur, kenyamanan, dan keandalan, menjadi faktor penting dalam mendorong *purchase intention*.

Kata Kunci: *Perceived Price*; *Perceived Quality*; *Purchase Intention*