

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AVANZA
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh :

FREDY WIJAYA
NIM : 2013210294

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2017**

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AVANZA
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh:

Fredy Wijaya
NIM : 2013210294

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2017**

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AVANZA
DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

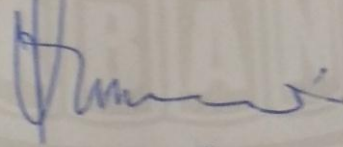
FREDY WIJAYA

NIM : 2013210294

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 8 April 2017



Dra. Lindiawati, M.M

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AVANZA
DI SURABAYA**

Disusun Oleh :

FREDY WIJAYA

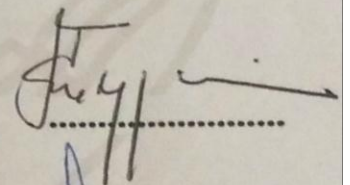
2013210294

Dipertahankan didepan Tim Penguji
Dan Dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 04 Februari 2017

Tim Penguji

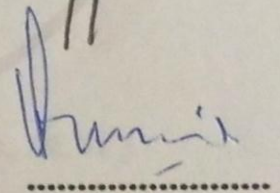
Ketua

: Prof.Dr.Dra.Tatik Suryani, Psi.,MM.



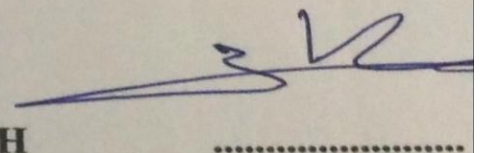
Sekretaris

: Dra. Lindiawati, M.M



Anggota

: Dr.Ronny,S.kom.,M.kom.,MH

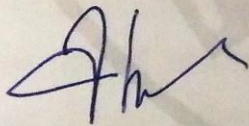


PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Fredy wijaya
Tempat, Tanggal Lahir : Nganjuk, 05 Desember 1988
N.I.M : 2013210294
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza.

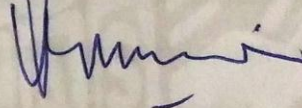
Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen
Tanggal :



(Dr. Muazaroh, S.E., M.T.)

Dosen Pembimbing
Tanggal :



(Dra. Lindiawati, M.M)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

**“Besarnya usaha
mencerminkan seberapa
bagus hasil yang dicapai”**

PERSEMBAHAN

Bismillah..alhamdulillahilahirabil alamin...dengan ini saya panjatkan syukur kepada

Allah SWT

Atas segala karunia dan rahmatnya, atas bantuan dan ridho allah swt saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Atas hidayahnya saya mampu menyelesaikan segala tantangan di dalam skripsi saya. Terimakasih allah swt telah banyak membantu dan memperlancar disetiap langkah saya.

Terima kasih yang sebesar besarnya kepada

Orang tua

Yang dari awal sudah mendukung saya, menjadi tempat curhatan dikala saya mulai menyerah. Orang tua saya adalah salah satu alasan saya harus bisa. Mereka menjadi salah satu motivasi saya. Terimakasih banyak untuk Mama atas segala doa, dukungan dan semangatnya.

Fredy sayang Mama

Keluarga

Terimakasih untuk mbak Adek Linda, Adek Erik, selalu menjadi penyemangat. Kalian saudara perempuan dan laki laki yang sangat baik. Bersyukur punya saudara seperti kalian.

Bu Lindiawati

Dosen pembimbing yang sudah saya anggap sebagai ibu sendiri. Bu Lindi luar biasa baik dan sabarnya dalam membimbing. Terimakasih banyak Bu segala arahan, waktu, dan ilmu yang diberikan ikhlas untuk membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi. Terima kasih banyak.

Perempuanku

Wanita yang udah nemenin dari semester 4 meskipun dia menjadi salah satu alasan yang selalu merusak mood ku tapi dia menjadi salah satu orang yang selalu mendukung. Jika saya malas mengerjakan skripsi, dia selalu mengingatkan dan memberi semangat. Terima kasih banyak selama ini selalu mendukung dengan caramu sendiri Ida Sri Nuryani.

Teman Teman ku

Terimakasih buat Fiqih, Yosua, Hamid dan Komeng (Pokemon Crew) kalian teman seperjuangan skripsi yang paling baik. Kalian selalu menjadi teman yang baik untuk berdiskusi. Semoga kita bisa mendapatkan kerja yang enak ya nantinya Amin...

Terimakasih buat teman satu bimbingan Aulia, Rosa, Adel, dan Indira senang bisa satu bimbingan dengan orang baik baik seperti kalian

I LOVE U ALL...

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran ALLAH yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul:”**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AVANZA DI SURABAYA**”.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang selama ini memberikan bantuan dan dukungannya, yaitu kepada:

1. Prof. Dr. Lutfi, SE., M.Fin selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
2. Dra. Lindiawati, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikiran beliau dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Dr.Muazaroh,SE.MT selaku Ketua Program Studi Strata I Jurusan Manajemen.
4. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu dan pengalaman kepada penulis selama proses pembelajaran dan seluruh Staf Perpustakaan dan Civitas Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

Penulis berharap agar hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat baik bagi penulis sendiri maupun pihak lain yang bersangkutan.

Surabaya, 06 April 2017

Fredy Wijaya

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI.....	iii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN.....	xi
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori.....	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	32
2.4 Hipotesis Penelitian.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Rancangan Penelitian.....	35
3.2 Batasan Penelitian.....	35
3.3 Identifikasi Variabel.....	35
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	35
3.5 Instrumen Penelitian.....	38
3.6 Populasi, Sampel dan teknik Pengambilan Sampel.....	39
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	41
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian.....	42
3.9 Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	49
4.1 Gambaran Subyek Penelitian.....	49
4.2 Analisis Data.....	52
4.3 Pembahasan.....	74
BAB V KESIMPULAN.....	77

5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Keterbatasan Penelitian	77
5.3 Saran	78

DAFTAR RUJUKAN
DAFTAR LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Volume penjualan Mobil Jenis MPV Tahun 2015	4
Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 : Indikator Kuesioner	38
Tabel 4.1 : Proporsi Penyebaran Kuesioner	49
Tabel 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Status	51
Tabel 4.5 : Hasil Pengujian Validitas Sampel Kecil	53
Tabel 4.6 : Hasil Pengujian Reliabilitas Sampel Kecil	53
Tabel 4.7 : Hasil Pengujian Validitas Sampel Besar	56
Tabel 4.8 : Hasil Pengujian Reliabilitas Sampel Besar	56
Tabel 4.9 : Interval Kelas	59
Tabel 4.10 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek	59
Tabel 4.11 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga	61
Tabel 4.12 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi	62
Tabel 4.13 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	64
Tabel 4.14 : Uji Multikolinearitas Variabel Bebas	67
Tabel 4.15 : Hasil Uji Autokorelasi	68
Tabel 4.16 : Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda	69
Tabel 4.17 : Hasil Analisis Uji T	71
Tabel 4.18 : Hasil Analisis Uji F	72
Tabel 4.19 : Koefisien Determinasi Berganda	73

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian	11
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Brand Image</i> , Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	13
Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran Pengaruh Citra Merek, Periklanan, Promosi Penjualan dan Penjualan Langsung terhadap Keputusan Pembelian	15
Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran Pengaruh harga terhadap Keputusan Pembelian	17
Gambar 4.1 : Hasil Uji Normalitas	66

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Data Responden Kecil
- Lampiran 3 : Uji Validitas dan Reliabelitas Sampel Kecil
- Lampiran 4 : Data Responden Sampel Besar
- Lampiran 5 : Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Besar
- Lampiran 6 : Tabulasi Data Sampel Besar
- Lampiran 7 : Deskriptif Variabel Penelitian
- Lampiran 8 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 9 : Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 10 : Jadwal Penulisan Skripsi
- Lampiran 11 : Hasil Turnitin

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRICE AND PROMOTION TO
PURCHASE DECISION THE TOYOTA AVANZA IN
SURABAYA**

FREDY WIJAYA

STIE Perbanas Surabaya

Email : wijayafredy88@gmail.com

ABSTRACT

The competition in car industry has been growing very well in Indonesia with Toyota called one of the most famous brands. The type of Toyota car that has been considered in high demand is Toyota Avanza. Although new similar type of cars are coming in the industry, but still Avanza take and maintain its good sales. This research is aimed at examining how Avanza's brand image, price, and promotion effect the buying decision of this car. This research is a causal research testing the effect of brand image, price, and promotion towards purchase decision of Toyota Avanza in Surabaya. The number of sample in this research was 90respondents. The technique of the sample the was judgement sampling. Data was analyzed using Multi Regression Analysis (MRA) using SPSS version 16.00. The results of the research is that brand image, price, and promotion partially and simultaneously affect the purchase decision of Toyota Avanza in Surabayaindicate.

Keywords : *Brand image, Price, Promotion, And Purchase Decision*

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AVANZA
DI SURABAYA**

FREDY WIJAYA

STIE Perbanas Surabaya

Email : wijayafredy88@gmail.com

ABSTRAK

Persaingan dalam industri mobil telah berkembang dengan sangat baik di Indonesia dengan Toyota disebut salah satu merek yang paling terkenal. Jenis mobil Toyota yang telah considered dalam permintaan tinggi adalah Toyota Avanza. Meskipun sejenis baru mobil yang datang di industri, tapi masih Avanza mengambil dan mempertahankan penjualan yang baik. Research ini bertujuan untuk meneliti bagaimana citra merek Avanza, harga, dan efek promosi keputusan pembelian mobil ini. Penelitian ini merupakan penelitian kausal menguji pengaruh citra merek, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian Toyota Avanza di Surabaya. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 90respondents. Teknik dari sampel adalah judgement sampling. Data dianalisis menggunakan multi Analisis Regresi (MRA) dengan menggunakan SPSS versi 16.00. Hasil penelitian ini adalah bahwa citra merek, harga, dan promosi secara parsial dan simultan mempengaruhi keputusan pembelian Toyota Avanza di Surabaya indicate.

Kata kunci : Citra Merek, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian