



**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOYOTA KIJANG INNOVA  
DIESEL REBORN DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan program S-1  
Bidang Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Widya Kartika

Jumlah Judul

oleh

**Daniel Onesimus Listiono**

**111.20.025**

**PEMBIMBING**

**Dr. Erna Ferrinadewi Kusnarsiyah, S.E.,M.M.**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA**

**SURABAYA**

**2024**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan pimpinan-Nya yang telah penulis terima selama melaksanakan Skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan menyusun skripsi yang berjudul “ Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toyota kijang Innova Diesel Reborn di Surabaya”. Penelitian dan penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada S-1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widya Kartika Surabaya. Pada kesempatan ini, penulis juga menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada :

1. Bapak Filipus Priyo Suprobo, S.T., M.T. selaku rektor Universitas Widya Kartika yang senantiasa memberikan dukungan kepada penulis khususnya saat penulis aktif menjabat di Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Widya Kartika.
2. Bapak Arief Budiman, B.S., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widya Kartika.
3. Ibu Dr. Erna Ferrinadewi, S.E., M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Widya Kartika yang juga turut membimbing penulis selama penelitian dan penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Diki Putra Setianto, S.M., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing II dalam penelitian ini, yang telah membimbing penulis selama penelitian dan penyusunan skripsi ini.
5. Mendiang Bapak Martinus Rukismono, S.E., M.M. selaku Dosen Wali penulis yang senantiasa mendampingi selama masa studi penulis di Universitas Widya Kartika selama dua tahun pertama.
6. Bapak Muis Murtadho, S.E., M.M. selaku Dosen Wali penulis yang senantiasa mendampingi selama masa studi penulis di Universitas Widya Kartika selama dua tahun terakhir.
7. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Universitas Widya Kartika yang telah

memberikan ilmu serta motivasi kepada penulis selama masa studi penulis di Universitas Widya Kartika.

8. Teman-teman Program Studi Manajemen Universitas Widya Kartika Angkatan 2020 yang telah saling mendukung dan mengisi cerita selama masa studi penulis di Universitas Widya Kartika.
9. Keluarga yang selalu mendukung dan mengupayakan yang terbaik untuk penulis dapat menyelesaikan studi S-1 ini dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini juga terdapat hambatan dan rintangan yang penulis hadapi, namun pada akhirnya dapat terselesaikan dengan baik juga berkat bantuan, dorongan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Namun demikian, penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat terbuka untuk diterima oleh penulis agar dapat menjadi lebih baik lagi.

Surabaya, 15 Mei 2024

**UWIKKA**

Daniel Onesimus Listiono

## ABSTRAK

Daniel Onesimus Listiono

Skripsi

Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toyota Kijang Innova Diesel Reborn di Surabaya

Era globalisasi telah membawa perubahan yang sangat pesat diberbagai bidang, baik itu di bidang kesehatan, teknologi, dan otomotif. Perkembangan tersebut dapat dilihat dari perubahan trend otomotif yang terjadi di Indonesia. Semua orang dituntut untuk bergerak dengan cepat dan dapat mengerjakan pekerjaan walaupun lokasinya jauh Untuk menjangkau lokasi yang dekat maupun berjauhan dengan cepat, manusia membutuhkan alat transportasi. Alat transportasi merupakan alat yang dibutuhkan oleh manusia untuk bisa menjangkau jarak tempuh dengan cepat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Toyota Kijang Innova Diesel Reborn di Surabaya. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis kuantitatif dengan data yang digunakan adalah data primer kuisioner. Populasi adalah yang memiliki kendaraan Kijang innova diesel reborn di Surabaya selama masa penelitian, dengan sampel yang digunakan adalah sebesar 100 responden kemudian data analisis dengan olah data SPSS

Hasilnya, diketahui adalah 1) Citra Merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dikatakan bahwa upaya perusahaan Toyota dalam membangun citra merek dapat dikatakan berhasil dikarenakan berhasil menciptakan emotional relationship. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan emotional yang kuat mampu mendorong konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. 2) Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. hasil penelitian ini ditemukan bahwa *serviceability* (kecepatan, kemudahan dan akses) merupakan indikator kualitas produk yang paling dirasakan oleh konsumen. Faktor ini sangat penting dan mendukung bagi konsumen, maka dari itu pihak Toyota memikirkan hal ini dengan membangun banyaknya showroom mobil beserta dengan layanan *service* yang berada di berbagai wilayah tersebar di seluruh indonesia dengan begitu harga dan barang yang ditawarkan kepada konsumen begitu murah dan cepat

Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

Daniel Onesimus Listiono

*Thesis*

*Analysis of the Impact of Implementing Sustainable Business by Micro The Influence of Brand Image and Product Quality on Consumer Purchasing Decisions for the Toyota Kijang Innova Diesel Reborn in Surabaya*

*The era of globalization has brought about very rapid changes in various fields, including health, technology and automotive. This development can be seen from changes in automotive trends that occur in Indonesia. Everyone is required to move quickly and be able to do work even if the location is far away. To reach locations that are near or far away quickly, people need a means of transportation. Transportation is a tool that humans need to be able to cover long distances quickly.*

*This research aims to determine the influence of brand image and product quality on consumer purchasing decisions for the Toyota Kijang Innova Diesel Reborn in Surabaya. The type of research used is quantitative with the data used being questionnaire primary data. The population is those who own Kijang Innova diesel reborn vehicles in Surabaya during the research period, with the sample used being 97 respondents and then analyzing the data using SPSS data processing*

*As a result, it is known that 1) Brand Image has a positive influence on purchasing decisions. It can be said that the Toyota company's efforts in building a brand image can be said to be successful because it succeeded in creating an emotional relationship. This shows that a strong emotional relationship can encourage consumers to make purchasing decisions. 2) Product quality has a positive effect on purchasing decisions. The results of this research found that serviceability (speed, convenience and access) is the indicator of product quality that is most felt by consumers. This factor is very important and supportive for consumers, therefore Toyota is thinking about this by building many car showrooms along with service services in various regions throughout Indonesia so that the prices and goods offered to consumers are very cheap and fast.*

*Keywords: Brand Image, Product Quality, Purchasing Decisions*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS &amp; PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>ii</b>
<b>BERITA ACARA PENGESAHAN SIDANG AKHIR SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN SIDANG AKHIR SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Batasan Masalah .....	8
1.6 Sistematika Pelaporan.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.1.1 Rosita dan harti (2021) .....	10
2.1.2 Kelvin dan fuad (2019).....	10
2.1.3 Wowor, dkk (2021) .....	11
2.1.4 Pratami, Dkk.....	11
2.1.5 Tamimi, Dkk .....	12
2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian .....	12
2.2.1 Persamaan penelitian.....	12
2.2.2 Perbedaan penelitian .....	12
2.3 Landasan Teori.....	14
2.3.1 Merek.....	15

2.3.1.1	Pengertian Merek .....	16
2.3.1.2	Tipe merek .....	17
2.3.1.3	Fungsi Merek. ....	17
2.3.2	Citra Merek .....	18
2.3.2.1	Pengertian Citra Merek .....	18
2.3.2.2	Dimensi Citra Merek .....	19
2.3.2.3	Kriteria Citra Merek. ....	19
2.3.2.4	Indikator Citra Merek. ....	21
2.3.3	Produk .....	21
2.3.3.1	Pengertian Produk .....	21
2.3.3.2	Tingkatan produk .....	22
2.3.3.3	Pengertian Kualitas Produk .....	23
2.3.3.4	Perspektif Kualitas Produk .....	24
2.3.3.5	Dimensi Kualitas Produk. ....	26
2.3.4	Keputusan Pembelian .....	27
2.3.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian .....	27
2.3.4.2	Proses dan Tahapan Keputusan Pembelian .....	28
2.3.4.3	Indikator Keputusan Pembelian .....	30
2.6	Kerangka Berpikir .....	31
2.7	Hipotesis. ....	31
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	32
3.2	Populasi dan Sampel .....	32
3.2.1	Populasi .....	32
3.2.2	Sampel .....	33
3.2.3	Identifikasi Variabel .....	34
3.3	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.3.1	Data Primer.....	34
3.4	Definisi Operasional dan Indicator Penelitian .....	34
3.5	Teknik Analisa Data .....	36
<b>3.5.1</b>	<b>Uji Instrumen Kuesioner .....</b>	<b>36</b>
<b>3.5.2</b>	<b>Uji Hipotesis .....</b>	<b>38</b>

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian.....	40
4.1.1 Deskripsi Jenis Kelamin Responden .....	40
4.1.2 Deskripsi Usia Responden.....	40
4.1.3 Menjadi Pelanggan Selama .....	41
4.1.4 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel-variabel Penelitian .....	41
1. Citra Merek (X1).....	42
2. Kualitas Produk (X2):.....	42
3. Keputusan Pembelian (Y): .....	43
4.2 Hasil Analisis dan Pembahasan .....	44
4.2.1 Uji Validitas .....	44
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	46
4.2.3 Uji Asumsi Klasik .....	46
4.2.4 Analisis Regresi Linier berganda. ....	49
4.2.5 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	50
4.3 Uji Hipotesis .....	51
4.4 Pembahasan.....	52
4.4.1 Pengaruh Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian .....	52
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	53
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>55</b>
5.1 Kesimpulan .....	55
5.2 Saran .....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>57</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Toyota Inova.....	4
Tabel 1.2 Perbandingan harga Kijang Innova Reborn.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3.1 Jawaban skala Likert.....	37
Tabel 4.1 Statistik Deskripsi Jenis Kelamin Responden.....	40
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Usia Responden.....	41
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Lama Menjadi Pelanggan.....	41
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Merek (X1) ..	42
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X2) .....	43
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	44
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel <i>Citra Merek</i> (X <sub>1</sub> ).....	45
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X <sub>2</sub> ) .....	45
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	46
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas .....	46
Tabel 4.11 Uji Normalitas Pada Residual.....	48
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas.....	48
Tabel 4.13 Hasil Analisa Regresi Linear Berganda.....	50
Tabel 4.14 Hasil Uji Determinasi Rsquare .....	51
Tabel 4.15 Uji t (Uji Parsial) Citra Merek (X <sub>1</sub> ) Dan Kualitas Produk (X <sub>2</sub> ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	51
Tabel 4.16 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	52

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Perkembangan Otomotif.....	3
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	29
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual .....	31
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual .....	31
Gambar 4.1 Uji Normalitas Menggunakan Grafik Histogram.....	47
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	49



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	61
Lampiran 2 Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden .....	64
Lampiran 3 Output SPSS .....	73

