

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL TOYOTA KIJANG INNOVA DAN
AVANZA DI JAKARTA SELATAN.**

TUGAS AKHIR

SURYA RAHMAT APRIANSYAH

223402516309



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2026**

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL TOYOTA KIJANG INNOVA DAN
AVANZA DI JAKARTA SELATAN.**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh :

SURYA RAHMAT APRIANSYAH

223402516309



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS NASIONAL

2026

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa segala pernyataan tugas akhir yang berjudul :

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA,
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL TOYOTA KIJANG INNOVA
DAN AVANZA DI JAKARTA SELATAN.**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan atau kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 11 Februari 2026


0701BANX353510067
Surya Kanmar Apriansyah
NPM : 223402516308

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI
HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOBIL TOYOTA KIJANG INNOVA DAN
AVANZA DI JAKARTA SELATAN.

Nama Mahasiswa : Surya Rahmat Apriansyah
Nomor Pokok : 223402516309
Program Studi : Manajemen

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,

(Dr.E. Hasaudin, S.E.,M.M.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)

Jakarta, 11 Februari 2026

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI
HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOBIL TOYOTA KIJANG INNOVA DAN
AVANZA DI JAKARTA SELATAN.

Nama Mahasiswa : Surya Rahmat Apriansyah

Nomor Pokok : 223402516309

Program Studi : Manajemen

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,

(Dr.E. Hasanudin, S.E.,M.M.)

Ketua Penguji,

(Dr. Elwisam, S.E., M.M.)

Anggota/Penguji,

(Dr. Muhani, S.E., M.Si.M.)



Menyetujui,
Dekan,

(Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M.)

Jakarta, Februari 2026

Tanggal Lulus:

Februari 2026

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA KIJANG INNOVA DAN AVANZA DI JAKARTA SELATAN.

Oleh:

Surya Rahmat Apriansyah

NPM: 223402516309

Tugas akhir, dibawah bimbingan Dr.E. Hasanudin, S.E.,M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian mobil Toyota. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen yang telah melakukan pembelian mobil Toyota. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan jumlah responden yang dianalisis sebanyak 100 orang. Analisis data dilakukan melalui uji instrumen penelitian (uji validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik, serta analisis regresi linear berganda dengan bantuan software SPSS, dengan metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya terkait perilaku konsumen dan keputusan pembelian. Selain itu, secara praktis penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran melalui penguatan citra merek, penetapan harga yang tepat, dan peningkatan kualitas produk.

Kata Kunci : Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE PERCEPTION, AND PRODUCT QUALITY ON TOYOTA KIJANG INNOVA AND AVANZA CAR PURCHASE DECISIONS IN SOUTH JAKARTA.

By:

Surya Rahmat Apriansyah

NPM: 223402516309

Thesis, under the guidance Dr.E. Hasanudin, S.E.,M.M.

This study aims to analyze the influence of Brand Image, Price Perception, and Product Quality on Toyota Car Purchasing Decisions. This study uses a quantitative approach with a survey method. Data were obtained through distributing questionnaires to consumers who have purchased Toyota cars. The sampling technique used a purposive sampling method with a total of 100 respondents analyzed. Data analysis was carried out through research instrument testing (validity and reliability testing), classical assumption testing, and multiple linear regression analysis with the help of SPSS software, with multiple linear regression analysis methods. The results of the study indicate that Brand Image, Price Perception, and Product Quality have a positive and significant effect on Purchasing Decisions. This study is expected to provide theoretical contributions in the development of marketing management science, especially related to consumer behavior and purchasing decisions. In addition, practically this study can be a consideration for companies in developing marketing strategies through strengthening brand image, setting appropriate prices, and improving product quality.

Keywords: Brand Image, Price Perception, Product Quality, Purchase Decision.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Teori yang Terkait dengan Variabel Penelitian.....	10
B. Manajemen Pemasaran	12
C. Citra Merek	15
D. Persepsi Harga	16
E. Kualitas Produk	16
F. Keputusan Pembelian	17
G. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian.....	18
H. Hasil Penelitian Yang Sesuai Dengan Rujukan Penelitian	20
I. Kerangka Analisis	22
J. Hipotesis.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
A. Objek Penelitian.....	25
B. Data Penelitian.....	25
1. Sumber Data dan Jenis Data.....	25
2. Populasi dan Sampel.....	25
3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	27
C. Definisi Operasional Variabel.....	28

D. Metode Pengolahan dan Analisis Data.....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
A. Hasil Penelitian	34
1. Deskriptif Data Penelitian.....	34
2. Deskriptif Karakteristik Responden.....	36
3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....	38
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
A. KESIMPULAN	58
B. SARAN	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	65



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penjualan Mobil Tahun 2025.....	3
Gambar 1.2 Top Brand Subkategori Mobil Mpv 2021-2025.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Analis	23
Gambar 3.1 Formula Lemeshow	26
Gambar 3.2 Perhitungan Sampel.....	27
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Gambar 4.2 Karakteristik Respoonden Berdasarkan Usia.....	37



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3. 1 Tabel kuesioner	27
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	28
Tabel 4. 1 Analisis deskriptif untuk variabel Citra Merek.....	38
Tabel 4. 2 Tabel persepsi harga	39
Tabel 4. 3 Tabel kualitas produk	40
Tabel 4. 4 Tabel keputusan pembelian	41
Tabel 4. 5 Tabel regresi linear berganda.....	42
Tabel 4. 6 Tabel uji validitas	43
Tabel 4. 7 Tabel uji reliabilitas	45
Tabel 4. 8 Tabel uji normalitas	46
Tabel 4. 9 Tabel uji Multikolinearitas.....	47
Tabel 4. 10 Uji Heteroskedastisitas	49
Tabel 4. 11 Uji Auto Korelasi.....	50
Tabel 4. 12 uji F	52
Tabel 4. 13 Koefisien Determinasi (R^2).....	52
Tabel 4. 14 Pengujian Hipotesis (Uji t).....	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	68
Lampiran 2 Tabulasi Data	79
Lampiran 3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	83
Lampiran 4 Citra Merek (X1).....	83
Lampiran 5 Persepsi Harga (X2).....	84
Lampiran 6 Kualitas Produk (X3)	84
Lampiran 7 Keputusan Pembelian (Y)	85
Lampiran 8 uji reliabilitas X1,X2,X3, Dan Y.....	86
Lampiran 9 Uji Normalitas.....	87
Lampiran 10 Uji Multikolinearitas	87
Lampiran 11 Uji Heteroskedastisitas	88
Lampiran 12 Uji AutoKorelasi	88
Lampiran 13. Uji F	89
Lampiran 14 Koefesien Determinasi (R^2).....	89
Lampiran 15 Uji t	89

