

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN  
KEPERCAYAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN ATAS PEMILIHAN KENDARAAN MEREK  
NISSAN TIPE GRAND LIVINA PADA PT. UNITED INDO  
SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen**



**Diajukan Oleh :**

**WAHDINI AL HUSNA**  
**NPM : 13420176**

**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA  
2018**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

**Nama** : WAHDINI AL HUSNA  
**NPM** : 13420176  
**Alamat** : JL. TAMBAK ASRI DAHLIA VI/1, SBY  
**Program Studi** : MANAJEMEN  
**Fakultas** : EKONOMI

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**“PENGARUH PERSEPI KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL NISSAN GRAND LIVINA PADA PT. UNITED INDO SURABAYA (NISSAN BASUKI RAHMAD)”**

Adalah benar-benar karya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 23 Juni 2018

Yang membuat pernyataan,



**(WAHDINI AL HUSNA)**  
**NPM : 13420176**

# SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL NISSAN  
GRAND LIVINA PADA PT. UNITED INDO SURABAYA (NISSAN  
BASUKI RAHMAD)

Diajukan Oleh :

WAHDINI AL HUSNA

NPM : 13420176

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING



MAQBULA AROCHMAN, SE., MAk.

Tanggal, 15 - 08 - 2018

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. SITI DJAMILAH, SE., M.Si

Tanggal, 15 - 08 - 2018

# SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL NISSAN  
GRAND LIVINA PADA PT. UNITED INDO SURABAYA (NISSAN  
BASUKI RAHMAD)**

**Diajukan Oleh :**

**WAHDINI AL HUSNA**  
NPM : 13420176

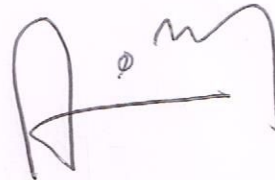
**Susunan Dewan penguji**

**Sekretaris Tim Penguji/Pembimbing**



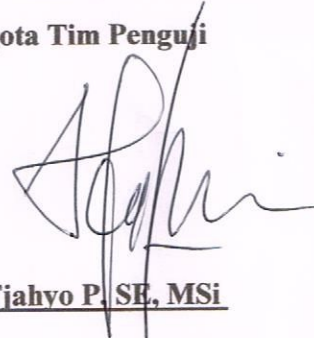
**Maqbula Arochman, SE., MAK**

**Ketua Tim Penguji**



**Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM.Mak**

**Anggota Tim Penguji**



**Tri Tjahyo P. SE, MSi**

**Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan**

**Untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen**

**Tanggal ..15 - 08 - 2018.....**



**Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si**

**Ketua Program Studi**

## **KATA PENGANTAR**

Assalamualaikum Wr.Wb

Syukur Allhamdulillah, segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT berkat rahmat, hidayat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL NISSAN GRAND LIVINA PADA PT. UNITED INDO SURABAYA (NISSAN BASUKI RAHMAD)** dengan baik. Dengan melalui proses pembelajaran yang cukup lama dengan banyak mengalami kendala, hambatan dan tentu saja pengalaman yang luar biasa dalam penyusunan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan baik ditinjau dari segala aspek karena memang manusia tidak ada yang sempurna, dan diantara kesempurnaan manusia ada kelebihan dan keistimewaan manusia yang saling melengkapi antara individu yang satu dengan yang lainnya maka, penulis menerima kritik dan saran yang membangun guna menambah wawasan yang lebih lanjut. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan juga ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Rektor Prof. H. Sri Harmadji dr.SP, THT-KL.,(K) selaku rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Dekan Drs. Ec. Iman Karyadi, Ak, MM, CA Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

3. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bapak Bambang Sukarsono, DRS., M.S. selaku dosen wali yang telah memberikan arahan positif selama ini.
5. Ibu Maqbula Arochman, SE., MAk. selaku dosen pembimbing penyusunan skripsi yang telah berkenan membimbing dan mendukung setulus dan sepuh hati selama pengerjaan skripsi ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen serta karyawan Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu yang sangat berharga.
7. Bapak Andry Oktavianus Surbakti selaku Workshop Head PT. United Indo Surabaya beserta para karyawan yang telah memberi ijin dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi.
8. Ayah dan Ibu saya yang selama ini mendoakan saya agar cepat selesai dalam menempuh kuliah. Berkat do'a dan kasih sayang merekalah yang selalu membangkitkan harapan si penulis, betapa aku inginkan mempersembahkan yang terbaik atas semua perjuangan yang engkau lakukan untuk cita-cita dan masa depanku”.
9. Kakakku tercinta Wahyuni yang selalu memberi semangat dan mendoakan supaya cepat selesai dalam mengerjakan skripsi ini.
10. Kekasihku Dipta Damai Prayoga S.Psi yang selama ini selalu setia bersabar mensupport dan mengingatkan saya untuk segera menyelesaikan atau mengerjakan skripsi ini hingga selesai.

11. Kepada semua teman-temanku Manajemen K angkatan 2013 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang selama ini selalu memberikan semangat dan motivasi dalam mengerjakan skripsi ini.
12. Semua pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, serta partisipan yang secara langsung dan tidak langsung ikut membantu hingga terselesainya skripsi ini.

Demikian kata pengantar ini sebagai pembuka dari skripsi ini dan saran yang membangun selalu terbuka lebar untuk kesempurnaan dalam penulisan.

Akhir kata, disampaikan permohonan maaf atas terjadinya kesalahan dan suatu hal yang kurang berkenan, serta saya sampaikan rasa terima kasih atas perhatiannya.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Surabaya, 02 Juli 2018

Wahdini Al Husna

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL.....                           | i    |
| HALAMAN SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT ..... | ii   |
| HALAMAN PERSETUJUAN.....                     | iii  |
| HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI .....          | iv   |
| KATA PENGANTAR .....                         | v    |
| DAFTAR ISI.....                              | viii |
| DAFTAR TABEL.....                            | xiii |
| DAFTAR GAMBAR .....                          | xiv  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                         | xv   |
| ABSTRAKSI .....                              | xvi  |
| ABSTRACTION.....                             | xvii |
| <br><b>BAB I. PENDAHULUAN</b>                |      |
| 1.1. Latar Belakang .....                    | 1    |
| 1.2. Rumusan Masalah .....                   | 6    |
| 1.3. Tujuan Penelitian .....                 | 6    |
| 1.4. Manfaat Penelitian .....                | 7    |
| 1.5. Sistematika Penulisan ... ..            | 8    |



## **BAB II. TELAAH PUSTAKA**

|   |    |
|---|----|
| 2.1. Landasan Teori.....                        | 10 |
| 2.1.1. Pengertian Pemasaran .....               | 10 |
| 2.1.2. Pengertian Manajemen.....                | 10 |
| 2.1.3. Pengertian Bauran Pemasaran .....        | 11 |
| 2.1.4. Pengertian Persepsi .....                | 13 |
| 2.1.4.1. Faktor – Faktor Persepsi .....         | 15 |
| 2.1.5. Kualitas Produk .....                    | 16 |
| 2.1.5.1. Pengertian Kualitas Produk .....       | 16 |
| 2.1.5.2. Indikator Kualitas Produk .....        | 16 |
| 2.1.5.3. Klasifikasi Produk .....               | 17 |
| 2.1.6. Kepercayaan Merek .....                  | 20 |
| 2.1.6.1. Pengertian Kepercayaan Merek .....     | 20 |
| 2.1.6.2. Indikator Kepercayaan Merek .....      | 20 |
| 2.1.6.3. Konsep Kepercayaan Merek .....         | 21 |
| 2.1.6.4. Dimensi Kepercayaan Merek .....        | 22 |
| 2.1.7. Keputusan Pembelian .....                | 23 |
| 2.1.7.1. Pengertian Keputusan Pembelian .....   | 23 |
| 2.1.7.2. Dimensi Keputusan Pembelian .....      | 24 |
| 2.1.7.3. Faktor Utama Keputusan Pembelian ..... | 25 |
| 2.1.7.4. Proses Keputusan Pembelian .....       | 25 |

|  |    |
|--|----|
| 2.1.7.5. Indikator Keputusan Pembelian .....                                     | 27 |
| 2.1.8. Hubungan Antar Variabel .....   | 27 |
| 2.1.8.1. Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan<br>Pembelian ..... | 27 |
| 2.1.8.2. Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan<br>Pembelian .....        | 28 |
| 2.1.9. Penelitian Terdahulu .....  | 29 |
| 2.1.10. Hipotesis dan Model Analisis .....                                       | 30 |
| 2.1.10.1. Hipotesis.....   | 30 |
| 2.1.10.2. Model Analisis .....   | 31 |

### **BAB III. METODE PENELITIAN**

|  |    |
|--|----|
| 3.1. Pendekatan Penelitian .....                       | 30 |
| 3.2. Populasi dan Sampel .....                         | 30 |
| 3.2.1. Populasi.....                                   | 30 |
| 3.2.2. Sampel.....                                     | 30 |
| 3.3. Identifikasi Variabel.....                        | 31 |
| 3.4. Definisi Operasional Variabel dan indikator ..... | 32 |
| 3.5. Jenis dan Sumber Data .....                       | 34 |
| 3.6. Teknik Pengumpulan Data.....                      | 34 |
| 3.7. Teknik Analisis Data .....                        | 35 |

|  |    |
|--|----|
| 3.7.1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....  | 36 |
| 3.7.2. Analisa Regresi Linier Berganda ..... | 37 |
| 3.7.3. Uji Hipotesis .....                   | 38 |

## **BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

|  |    |
|--|----|
| 4.1. Deskripsi Obyek Penelitian .....                              | 41 |
| 4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan .....                            | 41 |
| 4.1.2. Visi dan Misi .....   | 43 |
| 4.1.3. Deskripsi Identitas Responden .....                         | 44 |
| 4.1.1. Deskripsi Variabel Penelitian .....                         | 46 |
| 4.2. Deskripsi Identitas Responden .....                           | 44 |
| 4.3. Deskripsi Variabel Penelitian.....                            | 46 |
| 4.3.1. Deskripsi Variabel Persepsi Kualitas Produk ( $X_1$ ) ..... | 47 |
| 4.3.2. Deskripsi Variabel Kepercayaan Merek ( $X_2$ ) .....        | 48 |
| 4.3.3. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ) .....        | 48 |
| 4.4. Hasil Analisis Data.....                                      | 49 |
| 4.4.1. Hasil Pengujian Validitas.....                              | 49 |
| 4.4.2. Hasil Pengujian Reliabilitas .....                          | 51 |
| 4.4.3. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda.....                | 52 |
| 4.4.4. Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ).....               | 54 |
| 4.4.5. Hasil Pengujian Hipotesis .....                             | 54 |

|  |    |
|--|----|
| 4.4.5.1. Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F) ..... | 54 |
| 4.4.5.2. Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t) .....  | 56 |
| 4.4.5.3. Hasil Pengujian Secara Dominan .....          | 60 |
| 4.5. Pembahasan .....                                  | 61 |

## **BAB V. SIMPULAN DAN SARAN**

|                     |    |
|---------------------|----|
| 5.1. Simpulan ..... | 64 |
| 5.2. Saran.....     | 65 |

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1 Penjualan Mobil Nissan ( <i>all varian</i> ) di PT. United Indo Surabaya<br>(Nissan Basuki Rahmad) Periode Januari 2016 – September 2017.... | 4  |
| Tabel 2 Penjualan Mobil Nissan tipe Grand Livina di PT. United Indo Surabaya<br>(Nissan Basuki Rahmad) Periode Januari 2016 – September 2017 ...     | 5  |
| Tabel 3 Penelitian Terdahulu .....   | 29 |
| Tabel 4.1 Data Identitas Responden Mengenai Jenis Kelamin.....   | 44 |
| Tabel 4.2 Data Identitas Responden Mengenai Usia .....   | 49 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Pendidikan Terakhir Responden .....  | 44 |
| Tabel 4.4 Kategori Mean Masing – masing Variabel .....   | 50 |
| Tabel 4.5 Jawaban Responden Mengenai Variabel Persepsi Kualitas Produk ( $X_1$ )   | 51 |
| Tabel 4.6 Jawaban Responden Mengenai Variabel Kepercayaan Merek ( $X_2$ )  | 52 |
| Tabel 4.7 Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian (Y)  | 52 |
| Tabel 4.8 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ).....  | 53 |
| Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepercayaan Merek ( $X_2$ ).....  | 54 |
| Tabel 4.10 Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....  | 54 |
| Tabel 4.11 Hasil Pengujian Reliabilitas .....  | 55 |
| Tabel 4.12 Koefisien Determinasi Berganda .....  | 57 |
| Tabel 4.14 Hasil Analisis Uji t.....   | 58 |
| Tabel 4.15 Nilai <i>Standardized Coefficients Beta</i> .....   | 60 |
| Tabel 4.13 Hasil Analisis Uji F.....   | 63 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1 Model Proses Kebutuhan Pembelian .....  | 25 |
| Gambar 2 Kerangka Konseptual .....   | 39 |
| Gambar 3.1 Kurva Distribusi F .....  | 59 |
| Gambar 3.2 Kurva Distribusi t .....  | 44 |
| Gambar 4.1 Kurva Distribusi Uji f .....  | 61 |
| Gambar 4.2 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Persepsi Kualitas Produk ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian ..... | 62 |
| Gambar 4.3 Kurva Distribusi Uji f Pengaruh Kepercayaan Merek ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian .....        | 62 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : In Put SPSS
- Lampiran 3 : Out Put SPSS
- Lampiran 4 : Tabel F dan Tabel t

## ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh persepsi kualitas produk dan kepercayaan merek secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian mobil Nissan Grand Livina pada PT. United Indo Surabaya. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah persepsi kualitas produk dan kepercayaan merek. Sedangkan variabel terikat adalah keputusan pembelian mobil Nissan Grand Livina pada PT. United Indo Surabaya. Dalam penelitian ini, penentuan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling* dengan prosedur *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 72 orang.

Sebelum dilakukan uji hipotesis dilakukan uji reliabilitas dan validitas. Hasilnya adalah semua variabel valid dan reliabel, hasil uji F menunjukkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan signifikansi 0,000. Dengan demikian hipotesis yang pertama menyatakan “persepsi kualitas produk dan kepercayaan merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Nissan Grand Livina pada PT. United Indo Surabaya” dapat didukung kebenarannya.

Hasil uji t menunjukkan masing-masing variabel dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hipotesis yang kedua yang menyatakan “persepsi kualitas produk dan kepercayaan merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Nissan Grand Livina pada PT. United Indo Surabaya” dapat didukung kebenarannya.

**Kata Kunci :** Persepsi kualitas produk, kepercayaan merek dan keputusan pembelian



## **ABSTRACTION**

*The purpose of this study is to examine the effect of product quality and brand trust simultaneously and partially to the decision of the purchase of Nissan Grand Livina at PT. United Indo Surabaya. The independent variables in this research are product quality and brand trust. While the dependent variable is the purchase decision of Nissan Grand Livina at PT. United Indo Surabaya. In this research, the determination of the sample is done by non probability sampling method with purposive sampling procedure. The sample used is 72 people.*

*Prior to hypothesis testing conducted reliability and validity test. The result is all valid and reliable variables, F test results show  $F_{count} > F_{table}$  with significance 0.000. Thus the first hypothesis states "product quality and brand trust simultaneously significant effect on purchasing decision of Nissan Grand Livina at PT. United Indo Surabaya" can be supported truthfully.*

*Result of t test show each variable with significance less than 0,05. Thus the second hypothesis that states "product quality and brand trust partially significant effect on purchasing decision of Nissan Grand Livina at PT. United Indo Surabaya" can be supported truthfully.*

**Keywords:** *Product quality, brand trust and purchasing decisions*