

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KEPERCAYAAN  
MEREK TERHADAP MINAT BELI MOBIL HONDA BRIO SATYA  
PADA DEALER HONDA CITRA CAKRA CITRALAND SURABAYA**

**SKRIPSI**

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



**Diajukan Oleh :**

**LUKE EMANUEL JULIUS ISKANDAR**

**NPM : 14420079**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

**2018**

## **SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Luke Emanuel Julius Iskandar

NPM : 14420079

Alamat : Kemlaten GG IX/24B Surabaya

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Honda Brio Satya Pada Dealer Honda Citra Cakra Citraland Surabaya 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, 1 April 2018

Yang membuat pernyataan



( LUKE EMANUEL JULIUS ISKANDAR )  
NPM : 14220079

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KEPERCAYAAN  
MEREK TERHADAP MINAT BELI MOBIL HONDA BRIO SATYA  
PADA DEALER HONDA CITRA Cakra CITRALAND SURABAYA**

**Diajukan oleh :**

**LUKE EMANUEL JULIUS ISKANDAR  
NPM : 14420079**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

**DOSEN PEMBIMBING**

DJOJO DIHARDJO, SE., MM., Mak

Tanggal,...16 JULI 2018....

**KETUA PROGRAM STUDI**

Dr. SITI DJAMILAH, SE, M.Si

Tanggal,...16 JULI 2018....

## SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KEPERCAYAAN  
MEREK TERHADAP MINAT BELI MOBIL HONDA BRIO SATYA  
PADA DEALER HONDA CITRA CAKRA CITRALAND SURABAYA

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**LUKE EMANUEL JULIUS ISKANDAR**  
NPM : 14420079

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama

DJOJO DIHARDJO, SE., MM., Mak

Anggota Dewan Penguji Lain

Dr. SITI DJAMILAH, SE, M.Si

WIWIK HERAWATI,SE,MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal, 27 AGUSTUS 2018

Dr. SITI DJAMILAH, SE, M.Si

Ketua Program Studi

## **KATA PENGANTAR**

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan Rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Strata 1 (S1) jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengakui bahwa tanpa bantuan, dorongan serta motivasi yang diberikan oleh berbagai pihak baik secara langsung maupun secara tidak langsung, penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini. Sehingga pada kesempatan ini perkenankanlah penulis dengan segala kerendahan hati, mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. H. Sri Harmadji, dr. SP, THT-KI (K), selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Iman Karyadi, Ak, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Siti Djamilah SE.MSi, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Kristiningsih, SE., M.Si selaku dosen wali.
5. Bapak Djojo Diharjdo, SE.,MM., Mak. selaku dosen pembimbing dalam penyusunan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Kedua orang tua tercinta, yaitu Bapak Paulus Budi Iskandar dan Ibunda B. Megawati Tanwidjaja yang telah melahirkan, merawat dan

mendukung sekolah saya serta terus memberikan doa dan semangat untuk menyelesaikan penelitian ini. Meskipun Ayah telah dipanggil Yang Maha Kuasa namun saya yakin doa untuk saya tak pernah berhenti, serta cece saya Laurensia Meisdita Iskandar, Adik saya Gabriela Aprilia Iskandar dan Jemima Stefani Junita Iskandar yang selalu mendukung dan memberikan semangat untuk mengerjakan skripsi.

7. Teman-Teman Manajemen kelas H khususnya Dimas Damar Dharmawan, Nur Hayyin Muslimin, yang selalu setia menemani saya dikala susah dan senang selama berada di kampus dan yang selalu memberikan masukan dan inspirasinya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Untuk pacar saya, Malinda Ignacia yang mendampingi dan banyak membantu dalam proses pembuatan skripsi serta yang memberikan dukungan, doa dan masukan untuk menyelesaikan skripsi tepat waktu.
9. Semua pihak yang turut membantu menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.
10. Dan yang terakhir tak lupa saya sampaikan terima kasih kepada beberapa pengunjung *Dealer* Honda Citra Cakra Citraland Surabaya yang bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuisioner penelitian ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis telah berusaha semaksimal mungkin dan mengalami banyak kendala, penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini

masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala kritik dan saran dari semua pihak demi perbaikan dan penyempurnaan skripsi. Meskipun demikian, merupakan harapan bagi penulis skripsi ini dapat berguna dan memberikan manfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 4 April 2018

LUKE EMANUEL JULIUS ISKANDAR

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
ABSTRAKSI .....	xvi

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
1.5. Sistematika Penulisan .....	8

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1. Landasan Teori .....	10
2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	10
2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	10
2.2. Kualitas Produk .....	11

2.2.1. Pengertian Kualitas Produk .....	11
2.2.2 Dimensi Kualitas Produk.....	12
2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk ...	13
2.3 Harga .....	17
2.3.1. Pengertian Harga .....	17
2.3.2. Tujuan Penetapan Harga.....	18
2.3.3. Metode Penetapan Harga.....	19
2.3.4. Peranan Harga .....	21
2.3.5. Dimensi Harga.....	22
2.4 Kepercayaan Merek.....	23
2.4.1. Pengertian Kepercayaan Merek.....	23
2.4.2. Konsep Kepercayaan Merek.....	23
2.4.3. Dimensi Kepercayaan Merek .....	24
2.5 Minat Beli .....	25
2.5.1. Pengertian Minat Beli.....	25
2.5.2. Tahapan Minat Beli .....	26
2.5.3. Indikator Minat Beli .....	28
2.6 Hubungan Antar Variabel.....	28
2.6.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli .....	28
2.6.2. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli .....	29
2.6.3. Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli ....	29
2.7. Penelitian Sebelumnya .....	30
2.8. Hipotesis dan Model Analisis.....	31

2.8.1. Hipotesis .....	31
2.8.2. Model Analisis.....	32

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1. Pendekatan Penelitian .....	33
3.2. Populasi dan Sampel.....	33
3.2.1 Populasi .....	33
3.2.2 Sampel .....	33
3.3. Identifikasi Variabel .....	34
3.4. Definisi Operasional .....	35
3.5. Jenis dan Sumber Data .....	37
3.5.1. Jenis Data.....	38
3.5.2. Sumber Data .....	38
3.6. Prosedur Pengumpulan Data.....	39
3.7. Teknik Analisa Data.....	40

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

4.1. Deskripsi Objek Penelitian .....	46
4.1.1. Sejarah Mobil Honda.....	46
4.1.2. Gambaran Umum Responden.....	48
4.1.2.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
4.1.2.2. Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.1.2.3. Responden Berdasarkan Pendidikan.....	51
4.1.2.4. Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	52
4.1.2.5. Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan .	53

4.2. Deskripsi Variabel .....	54
4.2.1. Deskripsi Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) .....	55
4.2.2. Deskripsi Variabel Harga ( $X_2$ ) .....	56
4.2.3. Deskripsi Variabel Kepercayaan Merek ( $X_3$ ).....	57
4.2.4. Deskripsi Variabel Minat Beli (Y) .....	58
4.3. Teknik Analisis Data .....	59
4.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	59
4.3.1.1. Uji Validitas.....	59
4.3.1.2. Uji Reliabilitas .....	60
4.3.2. Analisis Regresi Linier Berganda .....	61
4.3.3. Koefisien Determinasi .....	63
4.3.4. Uji Hipotesis .....	64
4.3.4.1. Uji F .....	64
4.3.4.2. Uji t .....	66
4.3.4.3. Hasil Pengujian Dominan .....	69
4.4. Pembahasan .....	70
<b>BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN</b>	
5.1 Simpulan .....	73
5.2 Saran .....	74
5.3 Keterbatasan .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Dengan Peneliti Terdahulu .....	30
Tabel 4.1 Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin .....	49
Tabel 4.2 Jumlah Responden Menurut Usia Responden.....	50
Tabel 4.3 Jumlah Responden Menurut Pendidikan.....	51
Tabel 4.4 Jumlah Responden Menurut Pekerjaan.....	52
Tabel 4.5 Jumlah Responden Menurut Pendapatan Perbulan.....	53
Tabel 4.6 Kategori Penilaian .....	54
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk(X1) .....	55
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Harga(X2) .....	56
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Kepercayaan Merek(X3) .....	57
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli (Y).....	58
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Validitas .....	59
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Realiabilitas .....	60
Tabel 4.13 Hasil Koefisien Determinasi.....	63
Tabel 4.14 Hasil Uji F .....	64
Tabel 4.15 Hasil Uji t .....	66

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.2. Kerangka Model Analisis .....	32
Gambar 3.1. Kurva Uji F .....	43
Gambar 3.2 Kurva Uji t .....	44
Gambar 4.1 Hasil Analisis Kurva Uji F .....	65
Gambar 4.2 Kurva Distribusi Uji t Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) .....	67
Gambar 4.3 Kurva Distribusi Uji t Variabel Harga ( $X_2$ ) .....	68
Gambar 4.4 Kurva Distribusi Uji t Kepercayaan Merek ( $X_3$ ) .....	69

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Input Data SPSS

Lampiran 3 Output SPSS (Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas)

Lampiran 4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Lampiran 5 Tabel F dan Tabel t

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan kepercayaan merek terhadap minat beli mobil Honda Brio Satya Pada *Dealer* Honda Citra Cakra Citraland Surabaya. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model analisis adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan kepercayaan merek secara simultan berpengaruh terhadap minat beli mobil Honda Brio Satya Pada *Dealer* Honda Citra Cakra Citraland Surabaya. kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap minat beli mobil Honda Brio Satya Pada *Dealer* Honda Citra Cakra Citraland Surabaya dengan nilai signifikan 0,000, harga secara parsial berpengaruh terhadap minat beli mobil Honda Brio Satya Pada *Dealer* Honda Citra Cakra Citraland Surabaya dengan nilai signifikan sebesar 0,035, kepercayaan merek secara parsial berpengaruh terhadap minat beli mobil Honda Brio Satya Pada *Dealer* Honda Citra Cakra Citraland Surabaya dengan nilai signifikan sebesar 0,000,. Faktor yang dominan berpengaruh terhadap minat beli mobil Honda Brio Satya Pada *Dealer* Honda Citra Cakra Citraland Surabaya adalah kualitas produk.

**Kata Kunci :** kualitas produk, harga, kepercayaan merek dan minat beli

## *ABSTRACT*

*This study aims to determine the effect of product quality, price and brand trust on the interest in buying a car Honda Brio Satya On Honda Citra Cakra Dealers Citraland Surabaya. Data collection using questionnaires. The analysis model is multiple regression analysis. The results show that product quality, price and brand trust simultaneously affect the buying interest of Honda Brio Satya On Honda Citra Cakra Dealer Citraland Surabaya. the quality of the product partially affect the interest in buying a car Honda Brio Satya On Honda Citra Cakra Dealer Citraland Surabaya with a significant value of 0.000, the price partially affect the interest in buying a car Honda Brio Satya On Honda Citra Cakra Dealers Citraland Surabaya with a significant value of 0.035, brand trust partially affect the interest in buying a car Honda Brio Satya On Honda Citra Cakra Dealers Citraland Surabaya with a significant value of 0.000 ,. The dominant factor affecting the buying interest of Honda Brio Satya On Honda Citra Cakra Dealer Citraland Surabaya is the product quality.*

*Keywords:* product quality, price, brand trust and buying interest