

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PROSES  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI  
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*  
(Studi Kasus pada PT. Tunas Ridean Tbk Cabang Bekasi)**

**SKRIPSI**

**DWIKY ROFIANDI  
2113000327**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2020**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PROSES  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL NEW TOYOTA  
KIJANG INNOVA DENGAN MINAT BELI  
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*  
(Studi Kasus pada PT. Tunas Ridean Tbk Cabang Bekasi)**

**SKRIPSI**

**DWIKY ROFIANDI  
2113000327**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN  
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2020**

## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan judul :

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PROSES  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL NEW TOYOTA  
KIJANG INNOVA DENGAN MINAT BELI  
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*  
(Studi Kasus pada PT. Tunas Ridean Tbk Cabang Bekasi)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, September 2020

*MATERAI 6000*

**DWIKY ROFIANDI**  
NPM 2113000327

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya ilmiah dengan judul :

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PROSES  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL NEW TOYOTA  
KIJANG INNOVA DENGAN MINAT BELI  
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*  
(Studi Kasus pada PT. Tunas Ridean Tbk Cabang Bekasi)**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya Ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc. dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta,

September 2020.

Pembimbing,

Kepala Program Studi S-1 Manajemen

Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.

Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc. *Acc 16/01/2021*






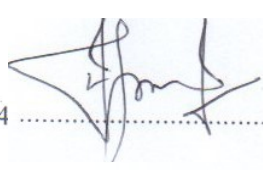
## HALAMAN PENGESAHAN

Karya ilmiah dengan judul :

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PROSES  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL NEW TOYOTA  
KIJANG INNOVA DENGAN MINAT BELI  
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*  
(Studi Kasus pada PT. Tunas Ridean Tbk Cabang Bekasi)**

telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi pada tanggal 07 September 2020 dengan nilai A

**Panitia Ujian Karya ilmiah**

1.  .....; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc  
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  .....; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.  
(Pembimbing)
3.  .....; Gatot Prabantoro., S.E., MM  
(Anggota Penguji)
4.  .....; Imelda Aprileny., S.E., M.E  
(Anggota Penguji)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya ilmiah yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
4. Drs. Sumitro, M.Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
5. Segenap dosen di Program Studi S-1 Manajemen, STEI, atas ilmu yang telah diberikan selama peneliti menyelesaikan studi.
6. Pihak PT. Tunas Ridean Tbk Cabang Bekasi yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.
7. Orang tua dan keluarga penulis yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, dan
8. Sahabat yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan karya ilmiah ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan karya ilmiah ini.

Jakarta,       September  
2020

**DWIKY ROFIANDI**  
NPM 2113000327

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : DWIKY ROFIANDI  
NPM : 2113000327  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

### **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL NEW TOYOTA KIJANG INNOVA DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (Studi Kasus pada PT. Tunas Ridean Tbk Cabang Bekasi)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : September 2020

Yang menyatakan,

ttd

Dwiky Rofiandi



Dwiky Rofiandi  
NPM : 2113000327  
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :  
Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PROSES KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MOBIL NEW TOYOTA KIJANG INNOVA DENGAN  
MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*  
(Studi Kasus pada PT. Tunas Ridean Tbk Cabang Bekasi)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi proses keputusan pembelian mobil New Toyota Kijang Innova dengan minat beli sebagai variabel *intervening* pada PT. Tunas Ridean Tbk Cabang Bekasi. Strategi dan metoda yang digunakan strategi asosiatif dan survei dengan kuesioner. Sampel yang digunakan 100 responden yang membeli mobil New Toyota Kijang Innova PT. Tunas Ridean Tbk Cabang Bekasi.

Berdasarkan analisis dan pembahasan menunjukkan bahwa secara langsung dan tidak langsung citra merek, media sosial dan pengetahuan produk mempengaruhi proses keputusan pembelian dengan minat beli mobil New Toyota Kijang Innova sebagai variabel *intervening* pada PT. Tunas Ridean Tbk Cabang Bekasi.

***Kata kunci : Pengetahuan Produk, Citra Merek, Media Sosial, Minat Beli,  
Proses Keputusan Pembelian***

Dwiky Rofiandi  
NPM : 2113000327  
*Programme Study S-1 Management*

*Supervisor :*  
Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.

***FACTORS AFFECTING THE NEW TOYOTA KIJANG INNOVA CAR  
PURCHASE DECISION PROCESS WITH BUYING INTENTION AS  
INTERVENING VARIABLES (Case Study at PT. Tunas Ridean Tbk Bekasi  
Branch)***

***ABSTRACT***

*This study aims to determine the factors that influence the purchasing decision process of the New Toyota Kijang Innova car with purchase intention as an intervening variable at PT. Tunas Ridean Tbk Bekasi Branch. The strategies and methods used were associative strategies and a survey with a questionnaire. The sample used was 100 respondents who bought a New Toyota Kijang Innova PT. Tunas Ridean Tbk Bekasi Branch.*

*Based on the analysis and discussion, it shows that directly and indirectly brand image, social media and product knowledge influence the purchase decision process with the purchase intention of the New Toyota Kijang Innova car as an intervening variable at PT. Tunas Ridean Tbk Bekasi Branch.*

***Keywords: Product Knowledge, Brand Image, Social Media, Purchase Interest,  
Purchasing Decision Process***

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	vi
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	9
1.4. Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu.....	11
2.2. Landasan Teori .....	13
2.2.1. Manajemen Pemasaran.....	13
2.2.2. Pengetahuan produk .....	15
2.2.3. Citra merek .....	16
2.2.4. Media Sosial .....	20
2.2.5. Minat Beli.....	29
2.2.6. Proses Keputusan Pembelian.....	32
2.3. Hubungan antar Variabel Penelitian.....	35

	<b>Halaman</b>
2.3.1. Pengaruh langsung pengetahuan produk terhadap Minat beli.....	35
2.3.2. Pengaruh langsung Citra Merek terhadap Minat beli.....	36
2.3.3. Pengaruh langsung Media Sosial terhadap Minat beli.....	36
2.3.4. Pengaruh langsung pengetahuan produk terhadap Proses Keputusan pembelian.....	37
2.3.5. Pengaruh langsung Citra Merek terhadap Proses Keputusan pembelian.....	38
2.3.6. Pengaruh langsung media sosial terhadap Proses Keputusan pembelian.....	39
2.3.7. Pengaruh langsung minat beli terhadap Proses Keputusan pembelian.....	39
2.3.8. Pengaruh tidak langsung pengetahuan produk terhadap Proses keputusan pembelian melalui Minat beli.....	40
2.3.9. Pengaruh tidak langsung Citra Merek terhadap Proses keputusan pembelian melalui Minat beli.....	40
2.3.10. Pengaruh tidak langsung media sosial terhadap Proses keputusan pembelian melalui Minat beli.....	41
2.4. Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	41
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian.....	42
<b>BAB III METODA PENELITIAN.....</b>	<b>44</b>
3.1. Strategi Penelitian.....	44
3.2. Populasi dan Sampel.....	45
3.2.1. Populasi penelitian.....	45
3.2.2. Sampling dan Sampel penelitian.....	45
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data.....	47
3.3.1. Data.....	47
3.3.2. Metoda Pengumpulan Data.....	48
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	49
3.5. Metoda Analisis Data.....	50
3.5.1. Metoda Pengolahan Data.....	51
3.5.2. Metoda Penyajian Data.....	51

	<b>Halaman</b>
3.5.3. Analisis Statistik Data.....	51
3.5.4. Uji Instrumen .....	51
3.5.5. Analisis Jalur (Path Analysis) .....	53
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>60</b>
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	60
4.2. Deskripsi Responden .....	62
4.3. Deskripsi Data .....	64
4.3.1. Variabel Pengetahuan Produk ( $X_1$ ) .....	64
4.3.2. Variabel Citra Merek ( $X_2$ ) .....	64
4.3.3. Variabel Media Sosial ( $X_3$ ).....	65
4.3.4. Variabel Minat Beli ( $Z$ ) .....	65
4.3.5. Variabel Proses Keputusan Pembelian ( $Y$ ).....	66
4.4. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	66
4.4.1. Uji validitas .....	67
4.4.2. Uji reliabilitas.....	69
4.5. Analisis Statistik Data.....	70
4.5.1. Analisis Jalur (Model Sub Struktur dan Koefisien Jalur)	70
4.5.2. Uji hipotesis .....	78
4.6. Temuan Hasil Penelitian .....	87
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>91</b>
5.1. Simpulan .....	91
5.2. Saran .....	92
5.3. Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya.....	93
DAFTAR REFERENSI .....	94
LAMPIRAN .....	98

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
<b>Tabel 1.1.</b> Data Penjualan Mobil di Indonesia dari tahun 2015 sampai dengan 2019 (unit).....	3
<b>Tabel 1.2.</b> Data Penjualan Mobil PT Tunas Ridean Tbk cabang Bekasi .....	6
<b>Tabel 3.1.</b> Bobot Nilai Skala Likert .....	48
<b>Tabel 3.2.</b> Kisi-kisi Instrumen Variabel Penelitian.....	50
<b>Tabel 4.1.</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
<b>Tabel 4.2.</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	62
<b>Tabel 4.3.</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	63
<b>Tabel 4.4.</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	63
<b>Tabel 4.5.</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	63
<b>Tabel 4.6.</b> Validitas Variabel Pengetahuan Produk .....	67
<b>Tabel 4.7.</b> Validitas Variabel Citra Merek .....	68
<b>Tabel 4.8.</b> Validitas Variabel Media Sosial.....	68
<b>Tabel 4.9.</b> Validitas Variabel Minat Beli Sosial .....	69
<b>Tabel 4.10.</b> Validitas Variabel Proses Keputusan Pembelian .....	69
<b>Tabel 4.11.</b> Hasil Keseluruhan Uji Realibilitas .....	70
<b>Tabel 4.12.</b> Koefisien Persamaan Struktural Sub Struktur 1.....	71
<b>Tabel 4.13.</b> Koefisien Determinasi .....	71
<b>Tabel 4.14.</b> Koefisien Persamaan Struktural Sub Struktur 2.....	73
<b>Tabel 4.15.</b> Koefisien Determinasi .....	74
<b>Tabel 4.16.</b> Interpretasi Hasil Penelitian Sub Struktur 1 dan Sub Struktur 2....	78
<b>Tabel 4.17.</b> Pengujian Hipotesis Sub Struktur 1.....	79
<b>Tabel 4.18.</b> Pengujian Hipotesis Sub Struktur 2.....	81
<b>Tabel 4.19.</b> Hasil Sobel Test $X_1$ terhadap Y melalui Z.....	84
<b>Tabel 4.20.</b> Hasil Sobel Test $X_2$ terhadap Y melalui Z.....	85
<b>Tabel 4.21.</b> Hasil Sobel Test $X_3$ terhadap Y melalui Z.....	86
<b>Tabel 4.22.</b> Hasil Rangkuman Hipotesis Penelitian .....	86

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 2.1.</b> Model perilaku konsumen.....	30
<b>Gambar 2.2.</b> Proses Keputusan Pembelian.....	33
<b>Gambar 2.3.</b> Kerangka Konseptual Penelitian .....	43
<b>Gambar 4.1.</b> Diagram Skala Likert Variabel Pengetahuan Produk.....	64
<b>Gambar 4.2.</b> Diagram Skala Likert Variabel Citra Merek .....	65
<b>Gambar 4.3.</b> Diagram Skala Likert Variabel Media Sosial.....	65
<b>Gambar 4.4.</b> Diagram Skala Likert Variabel Citra Merek .....	66
<b>Gambar 4.5.</b> Diagram Skala Likert Variabel Minat Beli .....	66
<b>Gambar 4.6.</b> Diagram Skala Likert Variabel Keputusan Pembelian .....	67
<b>Gambar 4.7.</b> Pengaruh $X_1$ $X_2$ dan $X_3$ terhadap $Z$ (Sub Struktur 1).....	72
<b>Gambar 4.8.</b> Pengaruh $X_1$ $X_2$ dan $X_3$ terhadap $Z$ (Sub Struktur 2).....	75
<b>Gambar 4.9.</b> Pengaruh $X_1$ $X_2$ dan $X_3$ terhadap $Z$ .....	76

## DAFTAR LAMPIRAN

		<b>Halaman</b>
<b>Lampiran 1.</b>	Kuesioner Penelitian .....	98
<b>Lampiran 2.</b>	Struktur Organisasi Perusahaan.....	102
<b>Lampiran 3.</b>	Rekapitulasi Uji Coba Kuesioner Variabel Pengetahuan Produk ( $X_1$ ).....	103
<b>Lampiran 4.</b>	Rekapitulasi Uji Coba Kuesioner Variabel Citra Merek ( $X_2$ )..	104
<b>Lampiran 5.</b>	Rekapitulasi Uji Coba Kuesioner Variabel Media Sosial ( $X_3$ )	105
<b>Lampiran 6.</b>	Rekapitulasi Uji Coba Kuesioner Variabel Minat Beli ( $Z$ ).....	106
<b>Lampiran 7.</b>	Rekapitulasi Uji Coba Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ).....	107
<b>Lampiran 8.</b>	Rekapitulasi Uji Coba Data Berpasangan .....	108
<b>Lampiran 9.</b>	Hasil Uji Coba Validitas Variabel Pengetahuan Produk ( $X_1$ )..	109
<b>Lampiran 10.</b>	Hasil Uji Coba Validitas Variabel Citra Merek ( $X_2$ ).....	110
<b>Lampiran 11.</b>	Hasil Uji Coba Validitas Variabel Media Sosial ( $X_3$ ) .....	111
<b>Lampiran 12.</b>	Hasil Uji Coba Validitas Variabel Minat Beli ( $Z$ ).....	112
<b>Lampiran 13.</b>	Hasil Uji Coba Validitas Variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ) .	113
<b>Lampiran 14.</b>	Hasil Uji Realibilitas Uji Cronbach Alpha.....	115
<b>Lampiran 15.</b>	Rekapitulasi Data Kuesioner Variabel Pengetahuan Produk ( $X_1$ ).....	117
<b>Lampiran 16.</b>	Rekapitulasi Data Kuesioner Variabel Citra Merek ( $X_2$ ).....	120
<b>Lampiran 17.</b>	Rekapitulasi Data Kuesioner Variabel Media Sosial ( $X_3$ ) .....	123
<b>Lampiran 18.</b>	Rekapitulasi Data Kuesioner Variabel Minat Beli ( $Z$ ) .....	126
<b>Lampiran 19.</b>	Rekapitulasi Data Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ).....	129
<b>Lampiran 20.</b>	Rekapitulasi Data Berpasangan .....	132
<b>Lampiran 21.</b>	Hasil Output SPSS (Deskripsi Data) .....	135
<b>Lampiran 22.</b>	Hasil Output SPSS (Sub Struktur 1).....	136
<b>Lampiran 23.</b>	Hasil Output SPSS (Sub Struktur 1).....	137
<b>Lampiran 24.</b>	Surat Keterangan Riset.....	138
<b>Lampiran 25.</b>	Daftar Riwayat Hidup Peneliti .....	139