



**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, CITRA MEREK
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI MOBIL
NISSAN DI KABUPATEN KUDUS**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

ANIQ ALFIRDAUS

202011062

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

TAHUN 2024



**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, CITRA MEREK
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI MOBIL
NISSAN DI KABUPATEN KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh :

ANIQ ALFIRDAUS

202011062

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

TAHUN 2024

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, CITRA MEREK DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI MOBIL
NISSAN DI KABUPATEN KUDUS**

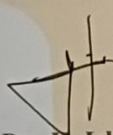
Nama : Aniq Alfirdaus
NIM : 202011062
Program Studi : Manajemen

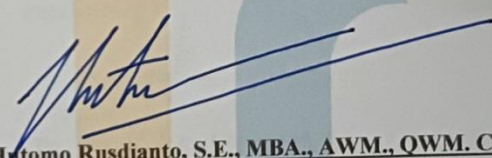
Skripsi telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus 21 Agustus 2024

Pembimbing I

Pembimbing II


(Dr. Drs. H. Joko Utomo, M.M.)
NIDN. 0625076401


(H. Utomo Rusdianto, S.E., MBA., AWM., QWM. CBV)
NIDN. 0619108502

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen


(Noor Indah Rahmawati S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, CITRA MEREK DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI MOBIL
NISSAN DI KABUPATEN KUDUS**

Nama : Aniq Alfirdaus
NIM : 202011062
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

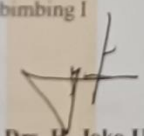
Kudus, 2024

Mengetahui

Ketua Program Studi

Pembimbing I


(Noor Indah Rahmawati S.E., M.M.)
NIDN. 0024037701


(Dr. Drs. H. Joko Utomo, M.M.)
NIDN. 0625076401

Mengetahui

Pembimbing II


(Dr. Kertan Samekar, S.E., M.M.)
NIDN. 0616077304


(Putomo Rusdianto, S.E., M.B.A., QWM)
NIDN. 0619108502

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

- "Tidak ada kesulitan yang tidak ada ujungnya. Sesudah sulit pasti akan ada kebahagiaan. 'Karena sesungguhnya setelah kesulitan pasti ada kemudahan.'" **(QS. Al Insyirah: 5-6)**
- "Orang yang menuntut ilmu berarti menuntut rahmat; orang yang menuntut ilmu berarti menjalankan rukun Islam dan pahala yang diberikan kepada sama dengan para nabi." **(HR. Dailani dari Anas r.a.)**

PERSEMBAHAN :

1. Ayah, Ibu dan adik yang selalu memberikan doa, dukungan, materi, serta kasih sayang tulus yang tak pernah habis untukku.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-nya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI MOBIL NISSAN DI KABUPATEN KUDUS”**.

Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi guna melengkapi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini berlangsung. Maka penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Drs. H. Joko Utomo, M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah mengarahkan dan membimbing sehingga skripsi dapat diselesaikan dengan baik oleh penulis.
5. Hutomo Rusdianto, S.E., M.B.A., A.W.M., Q.W.M., C.B.V selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberi arahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik oleh penulis.

6. Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai selama penulis menempuh pendidikan.
7. Ayah, Ibu serta keluarga yang selalu memberikan dukungan serta do`a sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
8. Dealer Nissan cabang Kudus yang telah memberikan data yang dibutuhkan peneliti dan memberikan izin penelitian dan kepada para seluruh responden.
9. Tak lupa terkhusus kepada Alaida Ittaqila Ilmi dan kepada Muhammad Fadrik Zaky Afian, Ali Ahmadi, Ahmad Nur Faiz, Alan Tito Elfridat dan sahabat seperjuangannya lainnya.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam Menyusun skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembimbing dan pembaca. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak.

Kudus, 2024
Penulis


Aniq Alfirdaus
NIM. 202011062

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, CITRA MEREK DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI MOBIL
NISSAN DI KABUPATEN KUDUS**

Aniq Alfirdaus

202011062

Pembimbing 1 : Dr. Drs. H. Joko Utomo, M.M.

2 : Hutomo Rusdianto, S.E., M.B.A., A.W.M., Q.W.M., C.B.V

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, promosi, citra merek dan kepercayaan terhadap minat beli mobil Nissan di Kabupaten Kudus. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan asosiatif kausal. Pada penelitian ini metode *Purposive Sampling* digunakan untuk mendapatkan sampel sebanyak 100 responden dengan olah data menggunakan SPSS versi 26. Pengolahan data menggunakan editing, coding, scoring dan tabulating. Uji instrumen menggunakan validitas dan reliabilitas. Analisis data meliputi statistik deskriptif, asumsi klasik; (multikolinieritas, autokorelasi, heteroskedastisitas, normalitas), regresi linier berganda, dan uji hipotesis; (uji t, uji F dan Uji R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (1) persepsi harga tidak berpengaruh terhadap minat beli; (2) promosi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat beli; (3) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli; (4) kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Promosi, Citra Merek, Kepercayaan, Minat Beli

**THE INFLUENCE OF PERCEPTIONS OF PRICE, PROMOTION, BRAND
IMAGE AND TRUST ON INTEREST IN BUYING NISSAN
CARS IN KUDUS DISTRICT**

Aniq Alfirdaus

202011062

Pembimbing 1 : Dr. Drs. H. Joko Utomo, M.M.

2 : Hutomo Rusdianto, S.E., M.B.A., A.W.M., Q.W.M., C.B.V

UNIVERSITY OF MURIA KUDUS

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY
PROGRAM**

ABSTRACTION

This research aims to analyze the influence of price perception, promotion, brand image and trust on interest in buying Nissan cars in Kudus Regency. This research uses a quantitative approach with descriptive and causal associative research types. In this research, the Purposive Sampling method was used to obtain a sample of 100 respondents by processing the data using SPSS version 26. Data processing used editing, coding, scoring and tabulating. Test the instrument using validity and reliability. Data analysis includes descriptive statistics, classical assumptions; (multicollinearity, autocorrelation, heteroscedasticity, normality), multiple linear regression, and hypothesis testing; (t test, F test and R^2 test). The research results show that partially (1) price perception has no effect on buying interest; (2) promotion has an insignificant positive effect on purchasing interest; (3) brand image has a positive and significant effect on purchasing interest; (4) trust has a positive and significant effect on buying interest.

Keywords: Price Perception, Promotion, Brand Image, Trust, Purchase Intention

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENEGSAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	ii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
<i>ABSTRACTION</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	11
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUANA PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen	15
2.1.2 Minat Beli	21
2.1.3 Persepsi Harga	24
2.1.4 Promosi	29
2.1.5 Citra Merek	34
2.1.6 Kepercayaan	40
2.2 Penelitian Terdahulu	45
2.3 Pengaruh Antar Variabel	49
2.3.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli	49
2.3.2 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli	50
2.3.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	51

2.3.4 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli	52
2.3.5 Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Citra Merek dan Kepercayaan terhadap Minat Beli.....	53
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	54
2.5 Hipotesis.....	55
BAB III METODE PENELITIAN.....	56
3.1 Rancangan Penelitian	56
3.2 Variabel Penelitian	57
3.2.1 Variabel Dependen (Variabel Terikat).....	57
3.2.2 Variabel Independen (Variabel Bebas)	58
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	58
3.3.1 Variabel Dependen Variabel Minat Beli (Y)	58
3.3.2 Variabel Independen	60
3.4 Jenis Sumber Data.....	70
3.4.1 Jenis Data	70
3.4.2 Sumber Data.....	70
3.5 Populasi dan Sampel	71
3.5.1 Populasi	71
3.5.2 Sampel.....	71
3.5.3 Teknik Sampling	73
3.6 Pengumpulan Data	73
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	74
3.7.1 Uji Validitas	74
3.7.2 Uji Reliabilitas	75
3.8 Pengolahan Data.....	75
3.8.1 Editing.....	75
3.8.2 Coding.....	76
3.8.3 Tabulasi	76
3.9 Analisis Data	76
3.9.1 Uji Statistik Deskriptif	76
3.9.2 Uji Asumsi Klasik.....	77

3.9.3 Analisis Regresi Linier Berganda	79
3.9.4 Uji Hipotesis	81
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	84
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	84
4.2 Penyajian Data	85
4.2.1 Karakteristik Responden	85
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian.....	89
4.3 Analisis Data	94
4.3.1 Uji Validitas	94
4.3.2 Uji Reliabilitas	95
4.4 Analisis Data	96
4.4.1 Uji Statistik Deskriptif	96
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	98
4.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda	102
4.4.4 Uji Hipotesis	104
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	109
4.5.1 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli	109
4.5.2 Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli	109
4.5.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli	110
4.5.4 Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli.....	111
4.5.5 Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Citra Merek dan Kepercayaan terhadap Minat Beli.....	112
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	113
5.1 Kesimpulan	113
5.2 Saran.....	114
DAFTAR PUSTAKA	120

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Statistik Pertumbuhan Ekonomi dan Penjualan Mobil di Indonesia.....	2
Tabel 1.2 Harga Produk Nissan Cabang Kudus 2024.....	6
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	86
Tabel 4.2 Usia Responden.....	86
Tabel 4.3 Pendapatan Responden	87
Tabel 4.4 Domisili Responden.....	88
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Variabel Persepsi Harga	89
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Variabel Promosi	90
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Variabel Citra Merek.....	91
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Variabel Kepercayaan	92
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Variabel Minat Beli	93
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	94
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	96
Tabel 4.12 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	97
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas	99
Tabel 4.14 Hasil Uji Autokorelasi	100
Tabel 4.15 Uji Heteroskedastisitas.....	101
Tabel 4.16 Uji Normalitas.....	102
Tabel 4.17 Uji Regresi Linier Berganda	103
Tabel 4.18 Uji Parsial (t).....	105
Tabel 4.19 Uji Simultan (F)	107
Tabel 4.20 Uji Determinasi (R ²).....	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Data Penjualan Mobil Nissan di Kantor Cabang Kudus.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	54

