

**PENGARUH *PRODUCT FEATURES*, *BRAND IMAGE*,
PRODUCT PRICE DAN *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP
PURCHASE INTENTION: STUDI KASUS PADA MOBIL
SUZUKI DI JABODETABEK**



Skripsi

Naufal Rifqi Fauzan

00000061814

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PENGARUH *PRODUCT FEATURES*, *BRAND IMAGE*,
PRODUCT PRICE DAN *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP
PURCHASE INTENTION: STUDI KASUS PADA MOBIL
SUZUKI DI JABODETABEK**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Naufal Rifqi Fauzan

00000061814

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Naufal Rifqi Fauzan

Nomor Induk Mahasiswa : 00000061814

Program studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

Pengaruh Product Feature, Brand Image, Product Price, dan Social Influence Terhadap Purchase Intention: Studi Kasus Pada Mobil Suzuki di JaBoDeTaBek

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 10 Juni 2025



Naufal Rifqi Fauzan

HALAMAN PERSETUJUAN

Pengaruh *Product Feature, Brand Image, Product Price, dan Social Influence*
Terhadap *Purchase Intention*: Studi Kasus Pada Mobil Suzuki di JaBoDeTaBek

Oleh

Nama : Naufal Rifqi Fauzan

NIM : 00000061814

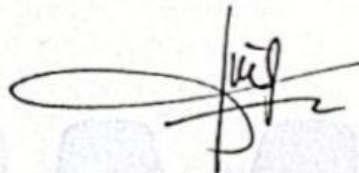
Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

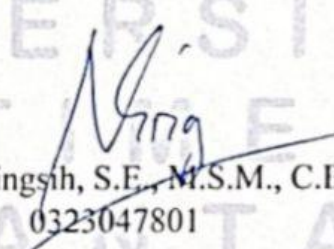
Tangerang, 10 Juni 2025

Pembimbing



Ir. Arief Iswariyadi, MSc., Ph.D.
0316026404

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O
0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Pengaruh *Product Feature*, *Brand Image*, *Product Price*, dan *Social Influence*
Terhadap *Purchase Intention*: Studi Kasus Pada Mobil Suzuki di JaBoDeTaBek

Oleh

Nama : Naufal Rifqi Fauzan

NIM : 00000061814

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

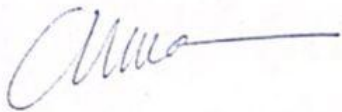
Telah diujikan pada hari Selasa, 17 Juni 2025

Pukul 12.30 s.d 02.00 dan dinyatakan

LULUS

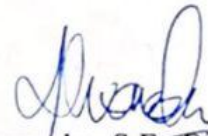
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



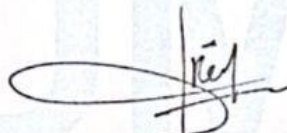
Anna Riana Putriya, SE, M.si
0321107801

Penguji



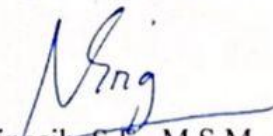
Yoanita Alexandra, S.E., B.A., M.Par.
0313089201

Pembimbing



Ir. Arief Iswariyadi, MSc., Ph.D
0316026404

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., CBO
0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Naufal Rifqi Fauzan

NIM : 00000061814

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

Pengaruh *Product Feature, Brand Image, Product Price, dan Social Influence Terhadap Purchase Intention*: Studi Kasus Pada Mobil Suzuki di JaBoDeTaBek Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 10 Juni 2025

Yang menyatakan,



Naufal Rifqi Fauzan

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan yang maha esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan Skripsi ini. Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Product Feature*, *Brand Image*, *Product Price*, dan *Social Influence* Terhadap *Purchase Intention*: Studi Pada Mobil Suzuki di JaBoDeTaBek. Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Manajemen di Universitas Multimedia Nusantara. Dalam proses penyusunan Skripsi ini, saya telah banyak menerima dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

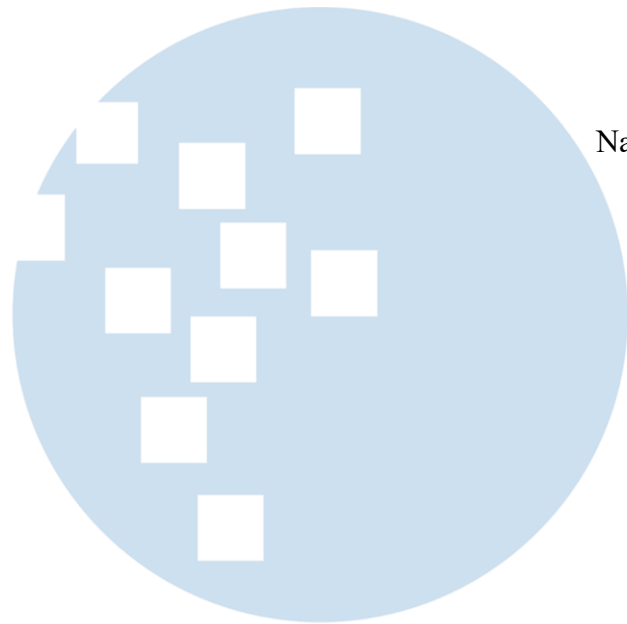
1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Prof. Dr. Florentina Kurniasari T, S.Sos., MBM, selaku Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., CBO, selaku Ketua Program Studi Manajemen, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Ir. Arief Iswariyadi, MSc., Ph.D, sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan doa, dukungan, dan memberikan semangat selama proses penyusunan karya ini.
6. Teman-teman saya khususnya Muhammad Azmi dan Riskia Axel yang telah memberikan dukungan, semangat, serta bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Saya ingin mengucapkan terima kasih dan apresiasi kepada band *Neck Deep*, lagu-lagu mereka telah menjadi sumber semangat, pelarian, dan pengingat bahwa tidak apa-apa untuk merasa lelah, marah, atau sedih selama mengerjakan skripsi.

Semoga karya ilmiah ini tidak hanya berguna secara teoritis, tetapi juga dapat diterapkan dalam praktik untuk menyelesaikan permasalahan yang ada di lapangan

Tangerang, 10 Juni 2025



Naufal Rifqi Fauzan



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**PENGARUH *PRODUCT FEATURES*, *BRAND IMAGE*, *PRODUCT PRICE*
DAN *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION*: STUDI
KASUS PADA MOBIL SUZUKI DI JABODETABEK**

Naufal Rifqi Fauzan

ABSTRAK

Perkembangan zaman mendorong berbagai industri terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Industri otomotif termasuk yang mengalami pertumbuhan pesat dan menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Persaingan antar merek mobil pun semakin ketat seiring meningkatnya permintaan kendaraan pribadi. Penelitian ini berfokus pada mobil Suzuki, yang penjualannya di Indonesia menunjukkan tren fluktuatif, baik secara wholesale maupun retail dari tahun ke tahun. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan lima variabel. Variabel independen meliputi *Product Feature*, *Brand Image*, *Product Price*, dan *Social Influence*, sementara variabel dependen adalah *Purchase Intention*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti seberapa pengaruhnya variabel independent terhadap *Purchase Intention* pada mobil Suzuki di JaBoDeTaBek. Peneliti melibatkan 186 responden yang sudah mengetahui mobil Suzuki, namun belum pernah membelinya. *Software* yang digunakan untuk mengolah data pada penelitian ini adalah IBM SPSS Versi 26. Hasil yang peneliti dapatkan pada penelitian ini adalah *Product Feature*, *Brand Image*, dan *Social Influence* berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention*, dan *Product Price* berpengaruh negatif terhadap *Purchase Intention*.

Kata kunci: *Product Feature*, *Brand Image*, *Product Price*, *Social Influence*, *Purchase Intention*.



THE INFLUENCE of PRODUCT FEATURE, BRAND IMAGE, PRODUCT PRICE, AND SOCIAL INFLUENCE ON PURCHASE INTENTION: A CASE STUDY SUZUKI CAR IN JABODETABEK

Naufal Rifqi Fauzan

ABSTRACT (English)

The development of the era encourages various industries to continue to innovate in order to meet the needs of society. The automotive industry is one of those experiencing rapid growth and has become an important part of everyday life. Competition between car brands is getting tighter along with the increasing demand for private vehicles. This study focuses on Suzuki cars whose sales in Indonesia have shown a fluctuating trend in both the wholesale and retail segments for years. This study uses a quantitative method using five variables. The independent variables include Product Feature, Brand Image, Product Price, and Social Influence, while the dependent variable is Purchase Intention. The purpose of this study was to test the effect of independent variables on Purchase Intention of Suzuki cars in the JaBoDeTaBek area. This study involved 186 respondents who were familiar with Suzuki cars but had never bought them. Data processing was carried out using IBM SPSS Version 26. The results showed that Product Feature, Brand Image, and Social Influence had a positive effect on Purchase Intention, while Product Price had a negative effect on Purchase Intention.

Keywords:*Product Features, Brand Image, Product Price, Social Influence, Purchase Interest.*

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

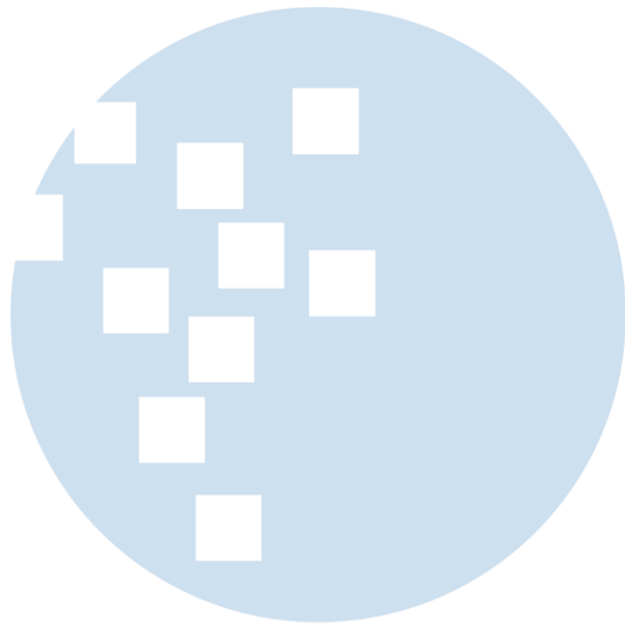
DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Batasan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	14
1.6 Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
2.1 Tinjauan Teori	16
2.1.1 Theory of Planned Behavior (TPB)	16
2.2 Variabel Penelitian	18
2.2.1 <i>Purchase Intention</i>	18
2.2.2 <i>Product Feature</i>	18
2.2.3 <i>Brand Image</i>	19
2.2.4 <i>Product Price</i>	20
2.2.5 <i>Social Influence</i>	21
2.3 Model Penelitian	22
2.4 Pengembangan Hipotesis	23
2.4.1 <i>Product Feature Terhadap Purchase Intention</i>	23
2.4.2 <i>Brand Image Terhadap Purchase Intention</i>	23
2.4.3 <i>Product Price Terhadap Purchase Intention</i>	24
2.4.4 <i>Social Influence Terhadap Purchase Intention</i>	25

2.5 Penelitian Terdahulu.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Objek Penelitian.....	32
3.2 Desain Penelitian.....	34
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	34
3.3.1 Populasi.....	34
3.3.2 Sampel.....	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data	36
3.5 Variabel Penelitian	37
3.5.1 Variabel Independen	37
3.5.2 Variabel Dependen	38
3.6 Operasionalisasi Variabel	38
3.7 Teknik Analisis Data	43
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
3.7.2 Analisis Data Penelitian	45
3.7.3 Uji Model	47
3.7.4 Uji Hipotesis	47
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian	49
4.2 Karakteristik Responden	49
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.2.2 Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.2.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	50
4.2.4 Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	51
4.2.5 Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan	51
4.2.6 Responden Berdasarkan Domisili	52
4.2.7 Responden berdasarkan mengetahui atau pernah mendengar merek kendaraan Suzuki	53
4.3 Analisis Statistik Deskriptif	53
4.3.1 <i>Social Influence</i>	54
4.3.2 <i>Product Feature</i>	55
4.3.3 <i>Brand Image</i>	56
4.3.4 <i>Product Price</i>	58

4.3.5 <i>Purchase Intention</i>	59
4.4 Uji Instrumen.....	60
4.4.1 Uji Validitas <i>Pretest</i>	60
4.4.2 Uji Reliabilitas <i>Pretest</i>	61
4.4.3 Uji Validitas <i>Main Test</i>	62
4.4.4 Uji Reliabilitas <i>Main Test</i>	63
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	64
4.5.1 Uji Normalitas.....	64
4.5.2 Uji Multikolinearitas	65
4.5.3 Heteroskedastitas	66
4.6 Uji Model.....	67
4.6.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	67
4.7 Uji Hipotesis	67
4.7.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	67
4.7.2 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik T).....	68
4.7.3 Uji Regresi Linear Berganda	69
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	72
4.8.1 Pengaruh <i>Product Feature</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	72
4.8.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	72
4.8.3 Pengaruh <i>Product Price</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	73
4.8.4 Pengaruh <i>Social Influence</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	73
4.8 Implikasi Manejerial.....	74
4.8.1 Upaya Meningkatkan <i>Product Feature</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	74
4.8.2 Upaya Meningkatkan <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	75
4.8.3 Upaya Meningkatkan <i>Product Price</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	76
4.8.4 Upaya Meningkatkan <i>Social Influence</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	76
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Simpulan.....	78
5.2 Saran.....	80
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan	80
5.2.2 Saran Untuk Mahasiswa	81

DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	86



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penjualan Retail Mobil Tahun 2020-2024	4
Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3. 1 Tabel Operasional	38
Tabel 4. 1 Tabel Kriteria Interval.....	53
Tabel 4. 2 Penilaian Responden Terhadap Social Influence.....	54
Tabel 4. 3 Penilaian Responden Terhadap Product Feature	55
Tabel 4. 4 Penilaian Responden Terhadap Brand Image	56
Tabel 4. 5 Penilaian Responden Terhadap Product Price	58
Tabel 4. 6 Penilaian Responden Terhadap Purchase Intention.....	59
Tabel 4. 7 Pretest Validitas	60
Tabel 4. 8 Pretest Reliabilitas	61
Tabel 4. 9 Maintest Validitas	62
Tabel 4. 10 Maintest Reliabilitas	63
Tabel 4. 11 Uji Normalitas Kolmogoro Sminov.....	65
Tabel 4. 12 Uji Multikolinearitas	65
Tabel 4. 13 Uji Gejser	66
Tabel 4. 14 Uji Koefisien Determinasi	67
Tabel 4. 15 Uji Signifikansi Simultan.....	67
Tabel 4. 16 Uji Parameter Individual.....	68
Tabel 4. 17 Uji Regresi Linear Berganda.....	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kontribusi sektor terhadap PDB	1
Gambar 1. 2 Berita Penjualan Mobil Pada Tahun 2023.....	3
Gambar 1. 3 Tren Penjualan Retail dan Wholesales Mobil Suzuki 2009-2022.....	6
Gambar 2. 1 Theory of Planned Behavior	16
Gambar 2. 2 Model Penelitian	23
Gambar 3. 1 Logo Suzuki	32
Gambar 4.1 Jenis Kelamin.....	49
Gambar 4.2 Usia.....	50
Gambar 4. 3 Pendidikan Terakhir.....	50
Gambar 4. 4 Status Pekerjaan	51
Gambar 4. 5 Pendapatan Bulanan.....	51
Gambar 4. 6 Domisili.....	52
Gambar 4. 7 Responden berdasarkan mengetahui atau pernah mendengar merek kendaraan Suzuki	53
Gambar 4. 8 Uji Normalitas	64
Gambar 4. 9 Uji Heteroskedastitas	66



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Validitas dan Reliabilitas (Pre-test).....	86
Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas (Main-test).....	89
Lampiran 3 Asumsi Klasik	92
Lampiran 4 Uji Model.....	94
Lampiran 5 Uji Hipotesis	94
Lampiran 6 Jurnal Utama.....	95
Lampiran 7 Kuesioner.....	106
Lampiran 8 Turnitin	114
Lampiran 9 Form Bimbingan.....	115

