

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN IKLAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PASTA GIGI
PEPSODENT**

SKRIPSI



Nama : Nala Husna Fadlila

Nim : 43121010020

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN IKLAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PASTA GIGI PEPSODENT**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Nala Husna Fadlila

Nim : 43121010020

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2025**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nala Husna Fadlila

NIM : 43121010020

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa Skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri, apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya akan mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai pembatalan Skripsi ini apabila terbukti melakukan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya .

Jakarta, 4 Agustus 2025



Nala Husna Fadlila
NIM 43121010020

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi			
Tgl. Efektif	25 September 2024				

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : NALA HUSNA FADLILA
NIM : 43121010020
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PASTA GIGI PEPSODENT
Hasil Pengecekan Turnitin : 22%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **22%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengajukan sidang tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 09 August 2025
Kepala Biro Perpustakaan

UNIVERSITAS
 MERCU BUANA



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk pendaftaran sidang Skripsi.

 2025/Agustus/09/0000000333/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nala Husna Fadlila
NIM : 43121010020
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pasta Gigi Pepsodent
Tanggal Sidang : 28 Agustus 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Ririn Wulandari, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-09255680



Scan QR or [click here](#) to
Verification

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis sejauh mana pengaruh citra merek, harga dan iklan dalam memengaruhi keputusan pembelian pasta gigi Pepsodent. Penelitian ini dilaksanakan dengan pendekatan kuantitatif, di mana data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form. Populasi yang diteliti mencakup konsumen di wilayah Jakarta Barat yang pernah menggunakan pasta gigi Pepsodent. Sampel ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, dengan jumlah responden sebanyak 125 orang. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan software SmartPLS versi 4.0 dengan pendekatan Partial Least Square. Berdasarkan hasil analisis, bahwa citra merek, harga dan iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pasta gigi Pepsodent.

Kata kunci : citra merek, harga, iklan, keputusan pembelian, pasta gigi Pepsodent, PLS.



ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the extent to which brand image, price, and advertising influence purchasing decisions for Pepsodent toothpaste. This study was conducted using a quantitative approach, where data were collected through an online questionnaire using Google Forms. The population studied included consumers in the West Jakarta area who had used Pepsodent toothpaste. The sample was determined using a purposive sampling technique, with 125 respondents. The data obtained were analyzed using SmartPLS software version 4.0 with a Partial Least Square approach. Based on the analysis, brand image, price, and advertising have a positive and significant effect on purchasing decisions for Pepsodent toothpaste.

Keywords: brand Image, price, advertising, purchasing decisions, Pepsodent toothpaste, PLS.



KATA PENGANTAR

Segala puji penulis ucapkan kepada Tuhan yang maha esa karena atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyusun proposal penelitian ini scbagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul "Pengaruh Citra Merek, Harga dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian pasta gigi pada Pepsodent”

Peneliti menyadari penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan proposal ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Ririn Wulandari, Dr. S.E., M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, waktu luang dan nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya penelitian ini. Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi penelitian ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta materil schingga proposal penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Atas dukungan yang membuat peneliti dapat terus bersemangat dalam menulis proposal skripsi ini, pribadi diri peneliti ingin berterima kasih yang sebanyak- banyaknya kepada:

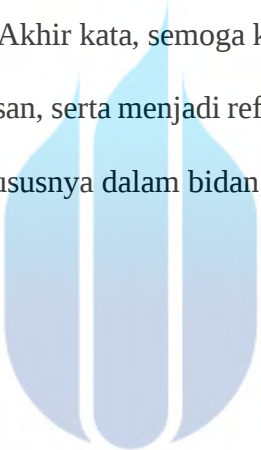
- 1) Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Ardiansyah, M. Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana
- 2) Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak., Ca selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

- 3) Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi SI Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
- 4) Ibu Ririn Wulandari, Dr. S.E., M.M. selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat
- 5) Bapak Janfry Sihite, Dr. SE, MSM selaku dosen mata kuliah metodologi penelitian yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
- 6) Seluruh dosen dan staff Program Studi SI Manajemen Fakultas Ekonomi dan Binsis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada penulis.
- 7) Teristimewa untuk kedua orang tua penulis Ibu Rukmini dan Bapak Rusmali yang telah memberikan semangat, doa, dan tidak hentinya memberikan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 8) Adik-adik penulis tersayang Nadia Salwa Azzahra, Muhamad Aqil Siroj dan Diva Ashalina Fauza yang selalu menjadi sumber semangat dan keceriaan ditengah penatnya perjuangan ini.
- 9) Sahabat-sahabat penulis Shiva Ardina, Ika Sulistiowati, Anisa Ramdanti, dan Nabila Agustin Primadani yang telah memberikan semangat, motivasi, doa dan segalanya. Terima kasih telah mendengarkan keluh kesah penulis, berkontribusi memberikan dukungan dan menjadi bagian dalam perjalanan hidup penulis.
- 10) Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB Universitas Mercu Buana

Angkatan 2021 atas segala dukungan dan diskusi dalam penyusunan penelitian ini Dengan segala kerendahan hati, penulis mengakui bahwa penulis ini masih jauh dari kesempurnaan.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, segala bentuk saran, kritik, maupun masukan yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Dengan penuh ketulusan, penulis memohon maaf apabila terdapat kekeliruan maupun kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Akhir kata, semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat, memperluas wawasan, serta menjadi referensi yang berguna bagi pembaca dan peneliti selanjutnya, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran

Jakarta, 4 Agustus 2025



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nala Husna Fadlila

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	11
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	11
D. Kontribusi Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	14
A. Kajian Pustaka	14
1. Manajaemen Pemasaran.....	14
2. Perilaku Konsumen	15
3. Citra Merek	16
4. Harga.....	19
5. Iklan.....	24
6. Keputusan Pembelian.....	28
7. Penelitian Terdahulu	30
B. Pengembangan Hipotesis	34
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	35
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
3. Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	36

C. Kerangka Konseptual	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Waktu dan Tempat Penelitian	38
B. Desain Penelitian	38
C. Definisi dan Operasional Variabel	39
1. Definisi Variabel	39
2. Operasional Variabel.....	41
D. Pengukuran Variabel.....	44
E. Populasi dan Sampel	45
1. Populasi.....	45
2. Sampel.....	45
F. Metode Pengumpulan Data	47
G. Metode Analisis Data	47
1. Analisis Deskriptif	47
2. Analisis data (Partial least square)	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
A. Gambaran Umum	53
1. Profil Perusahaan	53
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	54
B. Analisis Deskriptif.....	55
1. Karakteristik Responden	55
2. Deskriptif Jawaban Responden	58
C. Analisis Data Smart PLS	62
1. Deskripsi Hasil Pengujian Outer Model	62
2. Deskripsi Hasil Pengujian Inner Model	70
D. Pembahasan Hasil Penelitian	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra Survei.....	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Operasional Variabel	41
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert.....	44
Tabel 4.1 Deskripsi Responden	55
Tabel 4.2 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek.....	58
Tabel 4.3 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga	59
Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Iklan	60
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	61
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Convergent Validity	63
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Convergent Validity (Modifikasi)	65
Tabel 4.8 <i>Average Variance Extraced (AVE)</i>	65
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	67
Tabel 4.10 <i>Fornell Lacker Criterium</i>	68
Tabel 4.11 Uji Ratio Heterotrait Monotrait (HTMT)	69
Tabel 4. 12 Hasil Penguji <i>Composite Reliability dan Cronbach's Alpha</i>	69
Tabel 4.13 Hasil Pengujian R-Square	70
Tabel 4.14 Hasil Pengujian F-Square	71
Tabel 4.15 Hasil Uji Nilai Q-Square	72
Tabel 4.16 Hasil Path Coefficients	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Masalah kesehatan gigi dan mulut di Indonesia	2
Gambar 1.2 Top Brand Index.....	5
Gambar 1.3 Penjualan Pepsodent	6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	36
Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS.....	63
Gambar 4.2 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi)	65
Gambar 4. 3 Hasil Uji Bootstraping	73



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	85
Lampiran 2 Hasil Output SPSS	90
Lampiran 3 Hasil Kuesioner.....	92
Lampiran 4 Deskriptif Variabel.....	105
Lampiran 5 Hasil Model Pengukuran (Outer Model).....	109
Lampiran 6 Hasil Uji Struktural (Inner Model)	114

