

**PENGARUH CITRA MEREK, IKLAN DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SARIAYU LIPSTIK COLOR TREND**

(Studi Kasus Register Outlet Ct. PT. SAI Indonesia Cabang Jakarta)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercubuana**



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Rian Haryadi S

NIM : 43113320020

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2019

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rian Haryadi S

NIM : 43113320020

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 12 January 2019



Rian Haryadi S

NIM : 43113320020

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rian Haryadi S
NIM : 43113320020
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Iklan Dan Persepsi Harga
Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sariayu Lipstik
Color Trend (Studi Kasus Register Outlet Ct PT. Sai
Indonesia Cabang Jakarta)

Tanggal Lulus Ujian:

Disahkan Oleh :

Pembimbing,



Dra. Yanti Murni, MM

Tanggal :

Ketua Penguji,



Dr. Parwoto, ST., MM

Tanggal :

Dekan,



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS

Tanggal :

Ketua Program Studi

S1 Manajemen



Dudi Permana, Ph.D

Tanggal : 6/2. 2017.

ABSTRACT

The main objective of this study is to disclose the outcome of brand image advertisement and price perception of purchasing decisions of customer satisfaction at register outlet PT. Sai Indonesia Jakarta Branch. Who visited the outlet were selected as research correspondence with numbering 100 people. Emphasis is given to the approach of quantitatively descriptive. For data analysis, the test for multiple linear regression analysis was designated to analyze the data. The results show that the brand image advertisement and price perception of purchasing decisions have impact positive significantly but price perception notsignificantly upon the customers' satisfaction as visible on the result of the multiple linear regression analysis test presented compelling value of variables supporting hypothesis. The results also confirm that brand image advertisement and price perception of purchasing decisions present impact in customers' satisfaction at register outlet PT. Sai Indonesia Jakarta Branch.

Keywords : *Brand Image, Advertisement, Price Perception and Purchasing Decisions*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui citra merek, iklan dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian di. Register outlet Ct PT. Sai Indonesia cabang Jakarta. Objek penelitian ini adalah pengunjung Register outlet ct pt. Sai indonesia cab. Jak. dengan jumlah sampel 100 responden. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Karena itu, analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk uji analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial citra merek, iklan dan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian namun persepsi harga tidak signifikan. Hal ini dibuktikan dari hasil uji analisis regresi linier berganda yang menunjukkan nilai tidak signifikan dari variabel-variabel yang mendukung hipotesis. Oleh karena itu hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh dari terhadap keputusan pembelian terhadap keputusan pembelian konsumen di Register outlet Ct PT. Sai Indonesia Cabang Jakarta.

Kata kunci : Citra Merek, Iklan, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Iklan Dan persepsi harga Terhadap Keputusan Pembelian produk Sariayu Lipstik Color Trend pada Register Outlet Ct Pt. Sai Indonesia Cab. Jakarta”** Skripsi Ini Merupakan Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu, Dra. Yanti Murni, MM., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, selaku Rektor Universitas Mercubuana.
2. Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., C.A, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

3. Bapak Dudi Permana, MM., Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen dan Staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi, serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 12 januari 2019



Rian Haryadi S

NIM : 43113320020

LEMBAR PERSEMBAHAN UNTUK ORANG TUA

Untuk Kedua orang tuaku tercinta
Seindah hari ini terselimuti hangat akan kenangan
Kau terus semangat anakmu
Tersenyum menggendahkan rasa yang berlalu di jiwa
Tangisan terlihat bukan derita melainkan suka

Ayah ibu kalian malaikat tak bersayap dihidupku
Nyawa yang mulia itu memberi kenyamanan
Direleng yang paling mendalam
Warna-warni perhatian kelipikan sang pujian
Saatku terjatuh kau usap lembut dengan sayang

Orang tuaku kasih dan sayang itu telah membangun puncak negeri
Sudah nan cantik memancar manfaat dikelilingi
Sinar terang rembulan malam hiasi suasana hati
Sentuhan manja selalu diberi tiada rumus berhenti
Kini sudah tiada kokoh lagi jasad yang sungguh mulia itu
Mulai melamahi menunggu siang dan malam menyapa
Hanya mengharap anak tetap disisinya
Temani hari-hari yang mulai renta di usia yang tak muda
Sungguh sebagai anak hanya mampu berbakti
Menuai setiap sudut-sudut kehidupannya dengan berbagai kasih
Sampai menari membangun sebuah negeri di sana
Kau tempati dengan penuh cengkrama pada dunia
Ayah dan ibu saat bumi bertanya
Perlakuan apa yang sudah bisa membalas kebaikan orang tuamu?
Maka aku hanya berati dengan senyawa kata dan bahasa
Sungguh dengan kekuatan bakti ini berharap
Semoga kelak engkau bahagia sampai surga-Nya

- Dari anakmu Rian Haryadi S

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
<i>ABSTRACT</i>.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
LEMBAR PERSEMBAHAN KEPADA ORANG TUA.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Kontribusi penelitian	8
1. Tujuan Penelitian	8
2. Kontribusi Penelitian	9

BAB II KAJIAN TEORITIS, RERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Kajian Teoritis	10
I. Keputusan Pembelian	10
a. Definisi Keputusan Pembelian	10
b. Proses Keputusan Pembelian	11
c. Indikator Pengambilan Keputusan	12
d. Dimensi Keputusan Pembelian	13

2. Citra Merek	14
a. Definisi Citra Merek	14
b. Dimensi Citra Merek	15
c. Indikator Citra Merek	16
3. Iklan	17
a. Definisi Iklan	17
b. Dimensi Iklan	18
c. Indikator Iklan	20
d. Media Iklan	20
4. Persepsi Harga	22
a. Definisi Persepsi Harga	22
b. Dimensi Persepsi Harga	23
b. Indikator Persepsi Harga	25
5. Penelitian Terdahulu	26
B. Rerangka Konseptual	28
C. Pengembangan Hipotesis	29

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	31
B. Desain Penelitian	31
C. Definisi dan Operasional Variabel	32
1. Definisi Variabel	32
2. Operasional Variabel	33
D. Pengukuran Variabel	35
E. Populasi dan Sampel Penelitian	36
1. Populasi Penelitian	36
2. Sampel penelitian	36
F. Teknik Pengumpulan Data	37
G. Metode Analisis	38
1. Statistik Deskriptif	38

2. Uji Kualitas Data	38
a. Uji Validitas	38
b. Uji Reliabilitas	39
3. Uji Asumsi Klasik	39
a. Uji Normalitas	39
b. Uji Multikolinearitas	40
c. Uji Heteroskedastisitas	41
4. Uji Kesesuaian Model	42
a. Uji Koefisien Determinasi ($Uji R^2$)	42
b. Uji Signifikansi-F (Anova)	42
5. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	42
6. Uji Hipotesis (t Statistik)	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	45
1. Waktu dan Tempat Penelitian	46
2. Karakteristik Profil Responden	46
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis kelamin	46
b. Deskripsi Responden Berdasarkan usia	47
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	49
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
e. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	52
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif	53
1. Hasil Uji Statistik Deskriptif Citra Merek	54
2. Hasil Uji Statistik Deskriptif Iklan	55
3. Hasil Uji Statistik Deskriptif Persepsi Harga	56
4. Hasil Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	57
C. Hasil Uji Kualitas Data	58
a. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	58
b. Hasil Uji Validitas Variabel Iklan	59
c. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga	60
d. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	61

2. Hasil Uji Reliabilitas	62
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	63
1. Hasil Uji Normalitas	63
2. Hasil Uji Multikolinearitas	65
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	66
E. Hasil Uji Analisis Regresi linear Berganda	67
F. Hasil Uji kesesuaian Model	69
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	69
2. Hasil Uji Signifikasi-F (Anova)	70
3. Uji Signifikasi Parameter Individual (Uji Statistik t)	71
H. Pembahasan Hasil Penelitian	72
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	74
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	79



 UNIVERSITAS
 MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

NO.	KETERANGAN	HALAMAN
Tabel 1.1.	Daftar Harga Lipstick Dan Eyeshadow Kosmetik	3
Tabel 1.2	Top Brand Index Lipstik Periode 2013-2017	5
Tabel 2.1	Jenis-Jenis Media Utama Periklanan	21
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	33
Tabel 3.2	Instrumen Skala Likert.....	35
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	46
Tabel 4.2	Distribusi Frekuensi Berdasarkan Usia Responden	48
Tabel 4.3	Distribusi Frekuensi Berdasarkan Tingkat Pendidikan Responden	49
Tabel 4.4	Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4.5	Jumlah Lamanya Responden Menggunakan Produk	52
Tabel 4.6	Statistik Deskriptif Citra Merek.....	54
Tabel 4.7	Statistik Deskriptif Iklan	55
Tabel 4.8	Statistik Deskriptif Persepsi Harga	56
Tabel 4.9	Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	57
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	59
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Iklan.....	60
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Variabel Presepsi Harga	61
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	62
Tabel 4.14	Hasil Uji Reliabilitas	63

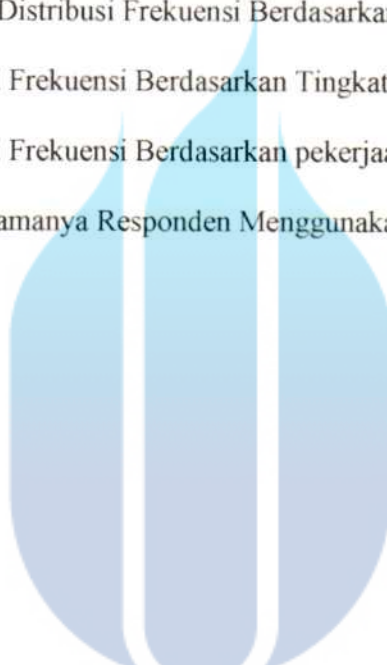
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas	64
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas	65
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	68
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	69
Tabel 4.19 Hasil Uji F	70
Tabel 4.20 Hasil Uji T	71



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

NO.	KETERANGAN	HALAMAN
Gambar 2.1	Rerangka Konseptual	29
Gambar 4.1	Diagram Distribusi Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	47
Gambar 4.2	Diagram Distribusi Frekuensi Berdasarkan Usia Responden	48
Gambar 4.3	Distribusi Frekuensi Berdasarkan Tingkat Pendidikan	50
Gambar 4.4	Distribusi Frekuensi Berdasarkan pekerjaan.....	51
Gambar 4.5	Jumlah Lamanya Responden Menggunakan Produk	53



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

NO.	KETERANGAN	HALAMAN
Lampiran 1	Kuesioner	79
Lampiran 2	Hasil Kuesioner	85
Lampiran 3	Jawaban Para Responden	88
Lampiran 4	Hasil Uji Validasi & Reliable.....	100
Lampiran 5	Hasil Uji Multikolinieritas.....	104
Lampiran 6	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	104
Lampiran 7	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	104
Lampiran 8	Hasil Uji F	105
Lampiran 9	Hasil Uji Normalitas.....	105
Lampiran 10	Statistik Deskriptif.....	105
Lampiran 11	Hasil Uji Heterokedasitas.....	106
Lampiran 12	Hasil Uji Normalitas Histogram.....	107
Lampiran 13	Hasil Uji Normalitas P-plot.....	107
Lampiran 14	t-Tabel	108
Lampiran 15	F- Tabel	109
Lampiran 16	r-Tabel	110

U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA