PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ORIFLAME

(Studi Kasus Pada Pengguna Oriflame Di Jakarta Barat)

SKRIPSI

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

Nama : Ratna Dwi Piarany

NIM : 43113110163

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2017

https://lib.mercubuana.ac.id

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Ratna Dwi Piarany
NIM	: 43113110163
Program Studi	: Manajemen S1

Dengan ini Menyatakan bahwa skripsi ini adalah asli hasil karya sendiri. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan dari pihak lain kecuali arahan Dosen Pembimbing. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai aturan yang berlaku.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Jakarta, 21 September 2017

METERAI TEMPEL
9A080AEF557676582
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Ratna Dwi Piarany

NIM : 43113110163

https://lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama	: Ratna Dwi Piarany
NIM	: 43113110163
Program Studi	: Manajemen – S1
Judul Skripsi	: Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame (Studi Kasus Pada Pengguna Oriflame di Jakarta Barat)
Tanggal Lulus Ujian	: 19 September 2017

Disahkan oleh:

Pembimbing,	Ketua Penguji,
Christina Ariadne Sekar Sari, SE., MM	**Ir. Sahibul Munir, SE, M.Si**
Tanggal : 25 September 2017	Tanggal : 22 - 09 - 2017
Dekan,	Ketua Program Studi S1 Manajemen,
Dr. Harnovinsah, M.Si., Ak., CA., CIPSAS.	**Dudi Permana, ST., MM, Ph.D.**
Tanggal : 01 - 10 - 2017	Tanggal : 26/9-2017

UNIVERSITAS MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian produk Oriflame (Studi Kasus Pada Pengguna Oriflame di Jakarta Barat)".** Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagian manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusun skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khusunya Ibu Christina Ariadne Sekar Sari, SE., MM selaku dosen pembimbing skripsi 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 anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Arissetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.

https://lib.mercubuana.ac.id

2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M,Si., CA., CIPSAS, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, ST., MM., Ph.D, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Christina Ariadne Sekar Sari, SE., MM yang sudah dengan sabarnya membimbing dan selalu support untuk kelancaran skripsi ini.
5. Kedua orang tua tercinta (Alm) Bapak Mandung dan Ibu Suratmi, Adik tersayang Tri Aziis Saputra, Kaka tersayang Ika Yulianti. Keponakan yang selalu bikin semangat buat menyelesaikan skripsi ini kaka caca dan dede kia, serta Keluarga yang telah memberi semangat, do'a, dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan pelayanan dalam studi dan dalam pembuatan skripsi ini.
7. Maldiani Pratiwi dan Feni Wahyuningsih sahabat yang selalu setia, untuk menemani perjuangan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Riesyati, Miftahudin, Dian Lestari, Miftakhul Irfan Ardiansah teman satu bimbingan yang selalu support dan saling membantu untuk mencari referensi dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Marta Yunita, Ka Wulan, Mba Winda, Ka Sekar, Ka Hamzah yang selalu memberikan doa dan semangat serta pengertiannya.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

10. Seluruh teman-teman mahasiswa Universitas Mercu Buana jurusan Manajemen angkatan 2013 terima kasih atas segala dukungan dan do'anya.
11. Seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas segala bantuan, motivasi serta doanya.

Semoga Allah SWT memberikan rahmat hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi. Akhir kata, penulis mengharapkan semoga tulisan yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua yang membaca dan sebagai wahana menambah pengetahuan serta pemikiran.

Jakarta, 21 September 2017

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Ratna Dwi Piarany

https://lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI i

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI ii

ABSTRAK iii

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI …..... viii

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR xv

DAFTAR LAMPIRAN xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1

B. Rumusan Masalah 12

C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian 12

1. Tujuan Penelitian 12

2. Kontribusi Penelitian 13

BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

A. Kajian Pustaka 14

1. Pengertian Manajemen Pemasaran 14

2. Bauran Pemasaran 15

3. Citra Merek 17

3.1 Tujuan Merek 17

UNIVERSITAS MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

3.2 Faktor Pembentuk Citra Merek 18

3.3 Manfaat Citra Merek 21

3.4 Dimensi Citra Merek 22

4. Kualitas Produk 23

4.1 Dimensi Kualitas Produk 23

5. Harga 24

5.1 Penetapan Harga 24

5.2 Tujuan Penetapan Harga 25

5.3 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Penentuan Harga 25

5.4 Dimensi Harga 27

6. Keputusan Pembelian 27

6.1 Pengertian Proses Pengambilan Keputusan 28

6.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan 28

6.3 Langkah – Langkah Proses Keputusan Pembelian 29

6.4 Dimensi Keputusan Pembelian 32

7. Penelitian Terdahulu 33

B. Rerangka Pemikiran 39

C. Hipotesis 39

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian 42

B. Desain Penelitian 42

C. Definisi dan Operasional Variabel 43

UNIVERSITAS MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

D. Populasi dan Sampel Penelitian 44

E. Teknik Pengumpulan Data 45

F. Metode Analisis Data 46

1. Statistik Deskriptif 46

2. Uji Kualitas Data 47

a. Uji Validitas 47

b. Uji Reliabilitas 47

3. Uji Asumsi Klasik 48

a. Uji Normalitas 48

b. Uji Multikolinearitass 48

c. Uji Heterokedastisitas 48

4. Analisis Regresi Linier Berganda 49

5. Uji Hipotesis 50

1. Koefisien Determinasi (R^2) 50

2. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) 51

3. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t) 52

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian 53

B. Statistik Deskriptif 55

1. Karakteristik Profil Responden 55

a. Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin 55

b. Deskripsi responden berdasarkan usia 56

c. Deskripsi responden berdasarkan pendidikan 57

https://lib.mercubuana.ac.id

d. Deskripsi responden berdasarkan pekerjaan 58

e. Deskripsi responden berdasarkan penghasilan 59

2. Hasil Uji Statistik Deskriptif 61

C. Uji Kualitas Data 63

1. Uji Validitas 63

2. Uji Reliabilitas 65

D. Uji Asumsi Klasik 66

1. Hasil Uji Normalitas 66

2. Uji Multikolinieritas 67

3. Uji Hetroskedastisitas 68

E. Analisis Regresi Linier Berganda 69

F. Hasil Uji Hipotesis 71

1. Koefisien Determinasi (R^2) 71

2. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) 72

3. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t) 74

G. Pembahasan Hasil Penelitian 75

1. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame di Jakarta Barat 75

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame di Jakarta Barat 76

3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame di Jakarta Barat 77

UNIVERSITAS MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan 79

B. Saran 80

DAFTAR PUSTAKA 82

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Top Brand Index Produk Lipstik Periode 2012 - 2017	7
1.2	Top Brand Index Produk Maskara Periode 2012 - 2017	9
2.1	Penelitian Terdahulu	33
3.1	Variabel, Indikator dan Skala Pengukuran	44
3.2	Instrumen Skala Likert	46
4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	56
4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	57
4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
4.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan	59
4.6	Rekapitulasi Perhitungan Variabel Citra Merek	61
4.7	Rekapitulasi Perhitungan Variabel Kualitas Produk	61
4.8	Rekapitulasi Perhitungan Variabel Harga	62
4.9	Rekapitulasi Perhitungan Variabel Keputusan Pembelian	62
4.10	Hasil Uji Validasi Variabel Citra Merek	63
4.11	Hasil Uji Validasi Variabel Kualitas Produk	64
4.12	Hasil Uji Validasi Variabel Harga	64
4.13	Hasil Uji Validasi Variabel Keputusan Pembelian	65
4.14	Hasil Uji Reliabilitas	66
4.15	Hasil Uji Normalitas	67

UNIVERSITAS MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

4.16 Hasil Uji Multikolinieritas 68

4.17 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda 70

4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) 72

4.19 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) 73

4.20 Tabel Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t) 74

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
2.1	Tahap Proses Keputusan Pembelian	29
2.2	Rerangka Pemikiran	39
4.2	Hasil Uji Heterokedastisitas	69

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Keterangan	Halaman
Lampiran 1.	Kuesioner Penelitian	85
	I. Identitas Responden	86
	II. Petunjuk Pengisian	87
	III. Daftar Pernyataan Variabel	88
Lampiran 2.	Hasil Kuesioner Variabel Citra Merek (X1)	89
Lampiran 3.	Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Produk (X2)	91
Lampiran 4.	Hasil Kuesioner Variabel Harga (X3)	93
Lampiran 5.	Hasil Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y)	95
Lampiran 6.	Hasil Statistik Karakteristik Responden	97
Lampiran 7.	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek (X1)	99
Lampiran 8.	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X2) ..	100
Lampiran 9.	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Hagra (X3)	101
Lampiran 10.	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembeian (Y)	102
Lampiran 11.	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	103
Lampiran 12.	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	103
Lampiran 13.	Hasil Uji Validitas Variabel Harga	104
Lampiran 14.	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	104
Lampiran 15.	Hasil Uji Reliabilitas	105
Lampiran 16.	Hasil Uji Asumsi Klasik	106

UNIVERSITAS MERCU BUANA
https://lib.mercubuana.ac.id

1. Uji Normalitas 106

2. Uji Multikolinieritas 106

3. Uji Heteroskedastisitas 107

Lampiran 17. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda 107

Lampiran 18. Hasil Uji Hipotesis 108

1. Koefisien Determinasi (R^2) 108

2. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) 108

3. Tabel F 109

4. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik T) 109

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id