

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
CITRA HAND & BODY LOTION**

(Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu
Buana Meruya Selatan Jakarta Barat)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah-satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen S1



Disusun Oleh :

Nurhasanah

43112010211

**Program Studi Manajemen S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2016**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI -

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nurhasanah

Nim : 43112010211

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Agustus 2016



Nurhasanah
Nim : 43112010211

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nurhasanah
Nim : 43112010211
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Citra Hand & Body Lotion (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Mercu Buana Meruya Selatan Jakarta Barat)
Tanggal Lulus Skripsi : 26/8/2016

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi,

Ketua Penguji

(Muhamad Nashar D, SE., MBA)

(M. Soelton Ibrahim, S.Psi., MM)

Tanggal : 6/5/2016

Tanggal : 2/9/2016

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi

(Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA)

(Dr. Rina Astini, SE., MM)

Tanggal :

Tanggal : 8/9 2016

KATA PENGANTAR

Assalamu'allaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul ‘Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Citra Hand & Body Lotion (Studi kasus pada Mahasiswa/I Universitas Mercu Buana Meruya Selatan Jakarta Barat). Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen S1 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 Bapak Muhamad Nashar D. SE., MBA selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis dan seluruh Responden yang telah membantu dan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterimakasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, AK, MS, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

3. Jajaran Program Studi Manajemen S1, Ibu Dr. Rina Astini, SE, MM selaku Kaprodi Manajemen S1, Muhamad Soelton Ibrahim, S.Psi., MM dan Hesti Maheswari SE., M.Si selaku sekretaris 1 dan sekretaris II Program Studi Manajemen S1
5. Kedua Orang Tua tercinta Bpk Syafrin Salim dan Ibu Marhuda yang selalu memberikan support, kasih sayang, selalu memberikan do'a dan ridhonya dalam proses penyelesaian kuliah dan penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Sahabat-sahabat tercinta dan tersayang yang telah banyak memberikan bantuan dan semangat bagi penulis dalam penyusunan ini. Liri Arianti, Priyanti Ramadhani, Eva Octavia, yang selalu membantu mengarahkan, memotivasi dan juga doa yang tak ternilai harganya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini memiliki beberapa kekurangan dan ketidak sempurnaan . Oleh karena itu, saran dan kritik sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, khususnya mahasiswa / i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Wassalamu'allaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jakarta, Agustus 2012

Penulis,

Nurhasanah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang penelitian.....	1
1. Rumusan Masalah Penelitian.....	7
2. Tujuan Penelitian.....	7
3. Kontribusi Penelitian.....	8
BAB 11 KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Pengertian Pemasaran.....	9
B. Produk.....	11
1. Pengertian Produk.....	11
C. Citra Merek.....	13
1. Pengertian Citra Merek.....	13
2. Pengertian Merek.....	14
3. Manfaat Merek.....	21
4. Pengukur Citra Merek.....	23
5. Dimensi Citra Merek.....	24
D. PENGERTIAN KUALITAS PRODUK.....	25
1. Pengertian Kualitas Produk.....	25
2. Dimensi Kualitas Produk.....	26
E. PROMOSI.....	28
1. Pengertian Promosi.....	28
2. Tujuan promosi.....	29
3. Dimensi Promosi.....	31
F. KEPUTUSAN PEMBELIAN.....	32
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	32
2. Proses Keputusan Pembelian.....	33

3. Tipe – Tipe Keputusan Pembelian	35
4. Struktur Keputusan Pembelian	36
G. PENELITIAN TERDAHULU	38
H. Hubungan Antar Variabel	40
I. RERANGKA PEMIKIRAN	42
J. HIPOTESIS.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Gambaran Objek Penelitian	43
1. Objek Penelitian.....	43
2. Sejarah Singkat PT Unilever.....	43
B. Desain Penelitian	48
C. Skala Pengukuran Variabel.....	48
D. Variabel Penelitian dan Operasional Penelitian.....	49
1. Variabel Penelitian.....	49
2. Operasional Variabel	50
E. Metode Pengumpulan Data.....	53
F. Data dan Pengambilan Data.....	54
G. Populasi dan Sampel	54
1. Populasi.....	54
2. Sampel.....	54
H. Metode Kualitas Data	56
1. Uji Validitas	56
2. Uji Reabilitas	57
3. Analisis Deskriptif	57
4. Uji Asumsi Klasik.....	58
a. Uji Normalitas.....	58
b. Uji Heteroskedastisitas	58
5. Uji Multi kolinierita	59
6. Regresi Linear Berganda.....	59
7. Uji Hipotesis	60
a. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	60
b. Signifikan Simultan (Uji F Statistik)	60
c. Uji Parsial (Uji Statistik t).....	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	

A. Analisis Karakteristik Responden	62
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pemakaian.....	64
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Belanja Kosmetik	65
B. Tanggapan Responden.....	65
1. Analisis Variabel Citra Merek.....	65
2. Analisis Variabel Kualitas Produk	73
3. Analisis Variabel Promosi.....	83
4. Analisis Variabel Keputusan Pembelian	91
C. Uji Validitas.....	98
1. Hasil Uji Validitas Citra Merek.....	98
2. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	99
3. Hasil Uji Validitas Promosi.....	100
4. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	101
D. Uji Reabilitas	102
E. Uji Asumsi Klasik	103
1. Uji Normalitas	103
2. Uji Heteroskedastisitas	104
3. Uji Multikolinieritas	106
F. Analisis Regresi Linear Berganda.....	107
G. Uji Hipotesis.....	108
1. Koefisien Determinasi (R^2).....	108
2. Uji F (Uji Simultan).....	109
3. Uji t (Uji Parsial)	110
H. Pembahasan	111
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	113
A. Simpulan	113
B. Saran	113
DAFTAR PUSTAKA.....	118
LAMPIRAN.....	119

DAFTAR TABEL

No Keterangan	i
1.1 Top Brand Index	3
2.1 Penelitian Terdahulu	38
3.1 Produk Unilever	45
3.1 Operasional Variabel	50
4.1 Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
4.2 Deskriptif Responden Berdasarkan Usia.....	63
4.3 Deskriptif Responden Berdasarkan Lama Pemakaian.....	64
4.4 Deskriptif Responden Berdasarkan Uang Belanja Kosmetik.....	65
4.5 Deskripsi Indikator Citra Merek.....	65
4.5 Deskripsi Indikator Kualitas Produk.....	73
4.6 Deskripsi Indikator Promosi.....	83
4.6 Deskripsi Indikator Keputusan Pembelian.....	91
4.7 Validitas Citra Merek.....	98
4.8 Validitas Kualitas Produk.....	99
4.9 Validitas Promosi.....	100
4.10 Validitas Keputusan Pembelian.....	101
4.11 Validitas Reabilitas.....	102
4.12 One-Sample Kolmogorov-Sminov Test.....	103
4.13 Uji Heteroskedasitas.....	105
4.14 Uji Multikolonieritas.....	106
4.15 Uji Koeficient Regresi Linear Berganda.....	107
4.15 Uji Koeficient Determinasi (R ²).....	109
4.16 Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	109
4.17 Uji T (T-Test).....	110

DAFTAR GAMBAR

No Keterangan.	Halaman
2.1 Gambar Teori Kotler.....	10
2.2 Proses Keputusan Pembelian.....	33
2.3 Rerangka Pemikiran.....	42
4.1 Plot of Regression Standardized Residual	104
4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	106



DAFTAR LAMPIRAN

Keterangan	Halaman
Lampiran 1 Kuisoner	115
Lampiran 2 Hasil Kuisoner	126
Lampiran 3 Data Responden.....	138
Lampiran 3 Uji Statistik Frekuensi	141
Lampiran 4 Uji Validitas	142
Lampiran 5 Uji Reabilitas.....	148
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik	149
Lampiran 7 Uji Regresi Linier Berganda.....	152
Lampiran 8 Uji Hipotesis.....	152

