

**PENGARUH CITRA MEREK, KEBUTUHAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
BETADINE PADA PT MUNDIPHARMA
HEALTCARE INDONESIA
JAKARTA**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**Nama : Vivian Arnova
NIM : 43117310009**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2021**

**PENGARUH CITRA MEREK, KEBUTUHAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
BETADINE PADA PT MUNDIPHARMA
HEALTCARE INDONESIA
JAKARTA**

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



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**Nama : Vivian Arnova
NIM : 43117310009**

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

2021

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vivian Arnova
NIM : 431173110009
Program Studi : SI Manajemen

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

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 23 Agustus 2021



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Vivian Arnova
NIM: 431173110009

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Vivian Arnova
NIM : 43117310009
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kebutuhan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Betadine Pada PT. Mundipharma Healthcare Indonesia - Jakarta
Tanggal Sidang : 9 September 2021

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dra. Yanti Murni, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Manajemen

Ketua Program Studi S1



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

MERCU BUANA

LPTA 09210473



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *Citra Merek, Kebutuhan dan Harga* terhadap keputusan pembelian produk Betadine pada PT Mundipharma Healthcare Indonesia Jakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen PT. Mundipharma Healthcare Indonesia. Dalam penelitian ini peneliti memakai teknik *purposive sampling*. Sampel yang digunakan adalah 100 orang dan dihitung berdasarkan teori Sugiyono (2017). Metode pengumpulan data menggunakan metode penyebaran langsung kuesioner kepada konsumen PT. Mundipharma Healthcare Indonesia. Skala pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala pengukuran Likert. Menurut Sugiyono (2017) skala likert adalah metode yang digunakan untuk mengatur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Metode analisis data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda dengan program software statistic SPSS versi 23 (*Statistical Package For Social Science*). Penelitian ini membuktikan bahwa Citra merek dan Kebutuhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, namun Harga hanya berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Citra Merek, Harga, Kebutuhan, Keputusan Pembelian, Produk Betadine.*



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of brand image, need and price on the purchase decision of Betadine products at PT Mundipharma Healthcare Indonesia Jakarta. The population in this study were all consumers of PT. Mundipharma Healthcare Indonesia. In this study, the researcher used a purposive sampling technique. The sample used is 100 people and is calculated based on the theory of Sugiyono (2017). Methods of data collection using the method of direct distribution of questionnaires to consumers of PT. Mundipharma Healthcare Indonesia. The variable measurement scale in this study uses a Likert measurement scale. According to Sugiyono (2017) the Likert scale is a method used to regulate attitudes, opinions, and perceptions of a person or group of people about social phenomena. The method of data analysis carried out in this study used Multiple Linear Regression Analysis with the statistical software program SPSS version 23 (Statistical Package For Social Science). This study proves that brand image and needs have a positive and significant effect on purchasing decisions, but price only has a positive but not significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Brand Image, Price, Needs, Purchase Decision, Betadine Products.*



KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Kebutuhan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Betadine Pada PT Mundipharma Healthcare Indonesia Jakarta”** dengan penuh kemudahan dan tanpa hambatan yang berarti. Skripsi ini merupakan syarat untuk menyelesaikan program studi peneliti sehingga bisa memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dra. Yanti Murni, MM, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, saran, nasehat serta dukungannya kepada peneliti selama proses penyusunan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas kemudahan serta kekuatan yang diberikan kepada peneliti, serta peneliti ingin berterimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penyusunan dan penulisan skripsi ini, terutama kepada:

1. Bapak Ngadino Surip, MS., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Nur Aisyah F.Pulungan, SE, MM selaku Sekretaris Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu, nasehat, bimbingan, bantuan, dukungan serta semangat kepada peneliti.
6. Mr. Teun Druijf, selaku General Manager tempat penulis bekerja yang telah membantu serta mendukung peneliti.

7. Bapak Adi Prabowo, selaku Head Of Brand And Category Development PT. Mundipharma Indonesia yang telah membantu memberikan saran dan bantuan kepada peneliti.
8. Seluruh teman – teman Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana angkatan 2017 yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.
9. Orang tua peneliti yaitu Alm. Bapak Suharto dan Ibu Suwarsih yang telah mendidik dan menyayangi peneliti.
10. Bayu Aji Pamungkas, Tofan Adi Wijaya, Muhammad Aditya Arby, Dewi Promania Ervita Sari Yanti, Hj. Maya Nilasari, saudara terbaik yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
11. Tegar Sandi Utomo dna Mochammad Raka Putra, Anak – anak dari peneliti yang selalu memberikan senyuman dan semangat.
12. Seluruh anggota keluarga yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.
13. Serta semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Sebagai manusia biasa peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam penelitian ini dikarenakan kurangnya pengalaman dan keterbatasan pengetahuan. Oleh karena itu peneliti sangat mengharapkan saran dan masukan serta kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna khususnya bagi para pembaca dan peneliti. Akhir kata dengan segala kerendahan hati dan ketulusan, peneliti memohon maaf apabila ada kesalahan dan kekurangan selama proses penelitian hingga penyusunan skripsi ini.

Jakarta, 23 September 2021

Vivian Arnova

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kontribusi Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	13
A. Kajian Pustaka	13
1. Manajemen Pemasaran	13
2. Keputusan Pembelian	15
3. Citra Merek.....	21
4. Kebutuhan.....	25
5. Harga	27
6. Peneliatian Terdahulu	32
B. Rerangka Konseptual.....	35
C. Pengembangan Hipotesis.....	37

1. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian	37
2. Pengaruh kebutuhan terhadap keputusan pembelian.....	37
3. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Waktu dan Tempat Penelitian	39
B. Desain Penelitian	39
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	40
1. Definisi Variabel.....	40
2. Operasionalisasi Variabel.....	40
D. Skala Pengukuran	42
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	43
1. Populasi Penelitian	43
2. Sampel Penelitian	44
F. Metode Pengumpulan Data	45
G. Metode Analisa Data	46
1. Analisis Data Deskriptif	46
2. Uji Instrumen	46
3. Uji Asumsi Klasik	47
4. Uji Kesesuaian Model	50
5. Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
6. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
A. Analisis Deskriptif.....	55
1. Gambaran Umum Perusahaan	55
2. Karakteristik Responden.....	56
3. Statistik Deskriptif.....	58
4. Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	59
5. Statistik Deskriptif Citra Merek	60
6. Statistik Deskriptif Kebutuhan	60

7. Statistik Deskriptif Harga	61
B. Hasil Uji Instrumen	62
1. Hasil Uji Validitas	62
2. Hasil Uji Reliabilitas	64
C. Hasil Uji Asumsi Klasik	64
1. Hasil Uji Normalitas	64
2. Hasil Uji Multikolonieritas	65
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	66
4. Hasil Uji Linearitas	67
D. Hasil Uji Kesesuaian Model	68
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	68
2. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)	69
E. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	70
F. Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t) Pembahasan Hasil Penelitian	71
G. Pembahasan Hasil Penelitian	72
1. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian	72
2. Pengaruh kebutuhan terhadap keputusan pembelian	72
3. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian	73
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	74
A. Simpulan	74
B. Saran	74
1. Bagi Perusahaan	74
2. Bagi Peneliti Selanjutnya	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	TopBrand Nominasi Mouthwash 2020	7
1.2	TopBrand Nominasi Mouthwash 2021	7
1.3	Data Penjualan Betadine Obat Kumur	7
1.4	Hasil Pra Survey	8
2.1	Penelitian Terdahulu	32
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	41
3.2	Instrumen Skala Likert	43
3.3	Koefisien Determinasi dan Taksirannya	51
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	58
4.4	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Keputusan Pembelian..	59
4.5	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek	60
4.6	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kebutuhan.....	60
4.7	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga	61
4.8	Hasil Uji Validitas Citra Merek (X1)	62
4.9	Hasil Uji Validitas Kebutuhan (X2).....	62
4.10	Hasil Uji Validitas Harga (X3).....	63
4.11	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	63
4.12	Hasil Uji Reliabilitas	64
4.13	Hasil Uji Normalitas Dengan Kolmogorov Smirnov	65
4.14	Hasil Uji Multikolonieritas.....	65
4.15	Hasil Uji Linearitas Citra Merek (X1)	67
4.16	Hasil Uji Linearitas Kebutuhan (X2)	67
4.17	Hasil Uji Linearitas Harga (X3)	68
4.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2).....	68
4.19	Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	69

4.20	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	70
4.21	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	71



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Kerangka Konseptual.....	36
4.1	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	66



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	81
2.	Hasil Responden	85
3.	Karakteristik Responden	95
4.	Hasil Uji Validitas	97
5.	Hasil Uji Reliabilitas	99
6.	Hasil Uji Normalitas	100
7.	Hasil Uji Multikolinearitas	101
8.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	102
9.	Hasil Uji Linearitas	103
10.	Hasil Uji Kesesuaian Model	104
11.	Hasil Uji Analisis Regresi Linea Berganda	105
12.	Hasil Uji Hipotesis	106
13.	Tabel t	107
14.	Tabel f	112
15.	Tabel r	117

UNIVERSITAS
MERCU BUANA