

**PENGARUH CITRA MEREK, IKLAN DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
WARDAH**

(Studi kasus pada Mahasiswi program studi Manajemen Strata 1
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana)

SKRIPSI

NAMA : SITI MUKAROMAH

NIM : 43112010154



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2016**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Siti Mukaromah

NIM : 43112010154

Program Studi : Manajemen – S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Iklan dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana)

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

Demikian pernyataan ini saya buat sebenar-benarnya.

Jakarta, Desember 2016



Siti Mukaromah
NIM : 43112010154

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : SITI MUKAROMAH
NIM : 43112010154
Program Studi : MANAJEMEN – STRATA 1
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK, IKLAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH

Tanggal Lulus Ujian : 22 Desember 2016

Disahkan Oleh:

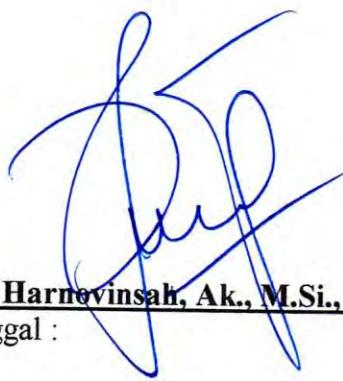
Pembimbing Skripsi

Ketua Pengaji


(Priyono, SE., MM) (Nur Endah Retno Wuryandari, S.sos, MM)
Tanggal : 11 Jan 2017

Dekan

(Dr. Harnevinsah, Ak., M.Si., CA)
Tanggal :



Ketua Program Studi

Manajemen S1

(Dudi Permana, Ph.D., MM)
Tanggal : 13/1 - 2017



KATA PENGANTAR

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, Iklan dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana 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 Bapak Priyono, 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. Kedua orang tua, kakak dan adik saya yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ir. Arissetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.

3. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak, MS, CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Priyono, SE, MM selaku Dosen Pembimbing
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

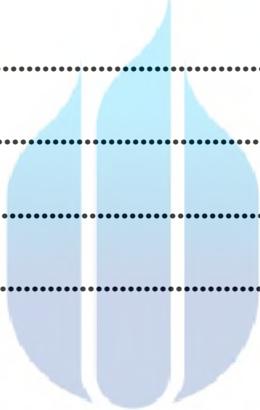
Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan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

Jakarta, 15 Desember 2016

Siti Mukaromah

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xii



BAB I	PENDAHULUAN	
A.	Latar Belakang Penelitian.....	1
B.	Rumusan Masalah Penelitian.....	12
C.	Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	13
1.	Tujuan Penelitian	13
2.	Manfaat Penelitian	13
BAB II	KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A.	Kajian Pustaka.....	15
1.	Manajemen Pemasaran	15

1.1 Pengertian Pemasaran	15
1.2 Konsep Pemasaran	16
1.3 Pengertian Manajemen Pemasaran	16
1.4 Pengertian Bauran Pemasaran	17
2. Citra Merek (Brand Image)	17
2.1 Pengertian Citra Merek	17
2.2 Dimensi Citra Merek	18
2.3 Manfaat Citra Merek	19
3. Iklan	20
3.1 Pengertian Iklan	20
3.2 Pesan Iklan	22
3.3 Dimensi Iklan	24
4. Persepsi Harga	26
4.1 Definisi Persepsi Harga	26
4.2 Dimensi Persepsi Harga	28
4.3 Strategi Penetapan Harga	29
5. Keputusan Pembelian	30
5.1 Definisi Keputusan Pembelian	30
5.2 Proses Keputusan Pembelian	32
5.3 Faktor-faktor Keputusan Pembelian	36
5.4 Dimensi Keputusan Pembelian	37
6. Hubungan Antar Variabel	38

a. Uji Normalitas	54
b. Uji Multikolonieritas	55
c. Uji Heteroskedastisitas	55
4.Uji Analisis Regresi Linier Berganda	56
5.Uji Hipotesis	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
A. Gambaran Umum Perusahaan	60
1.Tempat dan Waktu Penelitian	60
2.Karakteristik Profil Responden	61
B. Hasil Uji Kualitas Data	64
1. Hasil Uji Validitas	64
2. Hasil Uji Reliabilitas	66
3. Deskripsi Variabel	67
C. Uji Asumsi Klasik	71
1. Hasil Uji Normalitas	72
2. Hasil Uji Heterokedastisitas	73
3. Hasil Uji Multikolonieritas	74
D. Hasil Uji Hipotesis	75
1.Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	75
2.Uji Koefisien Determinasi	76
3.Analisis Regresi Linier Berganda	77

	4.Uji T (Pengujian Secara Parsial)	79
	E. Pembahasan Hasil Penelitian	80
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	82
	A. Simpulan	82
	B. Saran	83
	DAFTAR PUSTAKA	84



DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Top Brand Kosmetik Wardah periode 2013-2015	2
1.2	Harga berbagai macam kosmetik (Make Up)	7
1.3	Data Survey Responden Terhadap Produk Kosmetik Wardah	9
1.4	Presentase Kesediaan Mahasiswi Memakai Kosmetik Wardah	11
2.1	Penelitian Terdahulu	40
3.1	Operasional Variabel	47
3.2	Pengukuran Skala Likert	49
4.1	Deskripsi responden berdasarkan yang memakai kosmetik Wardah	61
4.2	Deskripsi responden berdasarkan usia	62
4.3	Deskripsi responden berdasarkan frekuensi pemakaian kosmetik Wardah	63
4.4	Hasil Uji Validitas Citra Merek	64
4.5	Hasil Uji Validitas Iklan	64
4.6	Hasil Uji Validitas Persepsi Harga	65
4.7	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	66
4.8	Hasil Pengujian Reliabilitas	66
4.9	Variabel Citra Merek	67
4.10	Variabel Iklan	68
4.11	Variabel Persepsi Harga	69
4.12	Variabel Keputusan Pembelian	70
4.13	Hasil Uji Normalitas	72
4.15	Hasil Uji Multikolonieritas	74
4.16	Hasil Uji F (Secara Simultan)	75
4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi	76
4.18	Analisis Regresi Linier Berganda	77
4.19	Uji T (Pengujian Secara Parsial)	79

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
2.1	Kerangka Pemikiran	43
4.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas	73



LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner

Lampiran 2: Hasil Karakteristik Responden

Lampiran 3: Hasil Kuesioner

Lampiran 4: Hasil Uji Validitas

Lampiran 5: Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 6: Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7: Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Lampiran 8: Hasil Uji Hipotesis

