

PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN KUALITAS

PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus pada Mahasiswa Pengguna Shampoo Lifebuoy di FEB

Universitas Mercu Buana)

SKRIPSI

Dianjurkan Untuk Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana

Jakarta



Nama :YohanaNurjanah

Nim :43112010122

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA

2017

LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yohana Nurjanah

Nim : 43112010122

Judul Skripsi : “ Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Lifebuoy “

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 pembantahan skripsi ini apabila terbukti tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Agustus 2017

METERAI
TEMPEL
6000
ENAM RIBURUPIAH
Yohana Nurjanah



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yohana Nurjanah
Nim : 43112010122
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk
Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Lifebuoy di
Universitas Mercubuana .
Tanggal Lulus Ujian : 30 Agustus 2017

Disusun Oleh :

Pembimbing Skripsi

Ketua Penguji



(Dra. Yuli Harwani, MM)

Tanggal :



(Dr. Aty Herawati, M. Si)

Tanggal : 6-9-17

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Progam Studi S1 Manajemen



(Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA)

Tanggal :



(Dudi Permana, MM., Ph.D)

Tanggal : 7/9-2017

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur khadirat ALLAH SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayahnya yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Lifebuoy” yang dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat guna mendapatkan gelar sarjana ekonomi pada Universitas Mercubuana dan untuk melengkapi tugas akhir dalam rangka menyelesaikan Program Studi Sastra (S1) pada Universitas Mercubuana Jakarta.

Dalam proses menyelesaikan skripsi ini memang memerlukan ketekunan dan kesabaran dalam segala kemampuan yang ada dalam penyusunan tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan. Namun manusia tidak luput dari kesalahan, sehingga penulis pun menyadari bahwasannya penulisan skripsi ini masih belum sempurna. Karena kesempurnaan itu hanya milik Allah SWT. Untuk itu penulis skripsi ini tentunya tidak terlepas bantuan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak yang selama ini telah meluangkan waktu dan tenaganya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari para pembaca agar penelitian ini dapat lebih sempurna.

Untuk ini dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan penelitian ini, yaitu :

1. Dr..Arrisetyanto Nugroho, MM . Selaku rector Universitas Mercu Buana
2. Dr. Wiwik Utami, Ak,MS,CA selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

3. Dra.Yuli Harwani, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana.
4. Dr.Dudi Permana, MM.Ph.D selaku Kaprodi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Dr.Hesti Maheswari, SE, M.Si yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penuls.
6. Seluruh dosen dan Staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana yang telah memberikan segenap ilmu.
7. Orang tua ku tercinta dan sayang yang selalu memberikan doa dan dukungan dalam penulisan skripsi ini.

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

Jakarta, 6 Agustus 20178

Yohana Nurjanah

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	
2.1 Definisi Pemasaran.....	8
2.2 Kepercayaan Merek	10
2.2.1 Pengertian Kepercayaan Merek	10
2.2.2Dimensi Kepercayaan Merek.....	16

2.3	Kualitas Produk	16
2.3.1	Pengertian Kualitas Produk.....	16
2.3.2	Atribut Produk	17
2.3.3	Tingkatan Produk	19
2.3.4	Dimensi Kualitas Produk	19
2.4	Keputusan Pembelian.....	21
2.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian	21
2.4.2	Proses Keputusan Pembelian.....	22
2.4.3	Tipe-tipe Keputusan Konsumen	23
2.4.4	Struktur Keputusan Pembelian	24
2.4.5	Dimensi Keputusan Pembelian.....	26
2.5	Penelitian Terdahulu	28
2.6	Kerangka pemikiran	30
2.7	Hipotesis.....	31

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Gambaran Objek Penelitian	32
3.1.1	Objek Penelitian	32
3.1.2	Sejarah Singkat PT.Unilever	32
3.2	Desain Penelitian	36
3.3	Skala Pengukuran Variabel.....	37

	3.4	Variabel Penelitian dan Operasional	
Variabel	38		
	3.4.1	Variabel Penelitian.....	38
	3.4.2	Operasional Penelitian.....	39
	3.5	Metode Pengumpulan Data.....	40
	3.6	Data dan Pengambilan Data.....	41
	3.7	Populasi dan Sampel.....	41
	3.7.1	Populasi.....	41
	3.7.2		
Sampel	41		
	3.8	Metode Kualitas Data.....	43
	3.8.1	Uji Validitas.....	43
	3.8.2	Uji Reabilitas.....	44
	3.8.3	Analisis Desriptif.....	45
	3.8.4	Uji Asumsi Klasik.....	45
		A. Uji Normalitas.....	45
		B. Heteroskedastisitas.....	46
		C. Multikolinieritas.....	46
	3.8.5	Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
	3.8.6	Uji Hipotesis.....	47
		A. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	47
		B. Uji F (Uji Simultan).....	48
		C. Uji T (Uji Parsial).....	48

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Analisis Karakteristik Responden	50
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Klamen	50
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Klamen	51
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pemakaian .	52
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku	52
4.2 Tanggapan Responden	53
4.2.1 Analisis Variabel Kepercayaan Merek	53
4.2.2 Analisis Variabel Kualitas Produk	60
4.2.3 Analisis Variabel Keputusan Pembelian	67
4.4 statistik Deskriptif	74
4.3 Uji Validitas	77
4.4 Uji Reabilitas	80
4.5 Uji Asumsi Klasik	80
4.5.1 Uji Normalitas	80
4.5.2 Uji Heterokedastisitas	82
4.5.3 Uji Multikolonieritas	84
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda	84
4.7 Uji Hipotesis	86
4.7.1 Koefisien Determinasi (R^2)	86
4.7.2 Uji F (Uji Simultan)	86
4.7.3 Uji T (Uji Parsial)	87

4.8 Pembahasan	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	94



DAFTAR TABEL

No. Keterangan Halaman

2.1 Penelitian Terdahulu	28
3.1 Skala Pengukuran.....	39
4.1 Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
4.2 Deskriptif Responden Berdasarkan Usia	51
4.3 Deskriptif Responden Berdasarkan Lama Pemakaian	52
4.4 Deskriptif Responden Berdasarkan Unag Saku	52
4.5 Deskripsi Indikator Kepercayaan Merek	53
4.6 Deskripsi Indikator Kualitas Produk.....	54
4.7 Deskripsi Indikator Keputusan Pembelian.....	55
4.8 Validitas Kepercayaan Merek.....	55
4.9 Validitas Kualitas Produk	56
4.10 Validitas Keputusan Pembelian	57
4.11 Uji Reabilitas.....	57
4.12 One-Sample Komogorov-Sminov Test.....	58
4.13 Uji Multikolonieritas.....	58
4.14 Uji Koefisien Regresi Linier Berganda	59
4.15 Uji Koefisien Determinasi (R2)	60
4.16 Uji Signifikasi Simultan (Uji F).....	60
4.17 Uji T (T-Test).....	61
4.18 Karakteristik Produk Shampoo Lifebuoy.....	62

DAFTAR GAMBAR

No. KeteranganHalaman

1.1 Data Penjualan Shampoo Lifebuoy Tahun 2012-2016	4
2.6 Kerangka Pemikiran.....	20
4.3 Gambar Hasil Uji Normalitas.....	79
4.5 Gambar Hasil Uji Heteroskedastisitas	80



DAFTAR LAMPIRAN

Keterangan Halaman

Lampiran 1	Kuesioner	92
Lampiran 2	Hasil Kuesioner.....	97
Lampiran 3	Uji Statistik Frekuensi	106
Lampiran 4	Uji Validitas	107
Lampiran 5	Uji Reabilitas	114
Lampiran 6	Uji Asumsi Klasik.....	115
Lampiran 7	Uji Analisis Regresi Berganda.....	116
Lampiran 8	Uji Hipotesis	116