

**PENGARUH *REFERENCE GROUP* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHISEIDO MEN**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi Manajemen**



Nama : Indra Juheriah

NIM: 1141921006

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

TAHUN 2016

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Indra Juheriah

NIM : 1141921006

Tanda Tangan :



Tanggal : 20 Juni 2016


HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Indra Juheriah
NIM : 1141921006
Program Studi : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Fakultas : Manajemen
Judul Skripsi : "Pengaruh *Reference Group* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembe

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Muchsin Saggaff Shihab, S.E., M.Sc., MBA., Ph.D (.....)

Penguji I : Holila Hatta, S.Pd., M.M (.....)

Penguji II : Dominica A. Widyastuti, SE., MM. (.....)

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : 29 Juni 2016

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Bapak Muchsin Saggaff Shihab, MBA.,Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
- 2) Keluarga besar PT. Shiseido Cosmetics Indonesia yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan;
- 3) Bapak Heriyanto (alm) dan Ibu Dedeh (almh) dan Ibu Tati (almh) selaku orang tua tercinta yang telah memberikan dukungan secara moral walaupun mereka tidak dapat menyaksikan Tugas Akhir ini sampai selesai, serta keluarga yang senantiasa memberikan nasehat-nasehat dan doa yang menjadi semangat hidup saya ; dan
- 4) Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 20 Juni 2016



Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indra Juheriah
NIM : 1141921006
Program Studi : Ekonomi
Fakultas : Manajemen
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demikian demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh *Reference Group* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Shiseido Men”

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 20 Juni 2016

Yang menyatakan



(Indra Juheriah)

Pengaruh *Reference Group* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Shiseido Men

Indra Juheriah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah keputusan pembelian konsumen pria terhadap produk perawatan kulit wajah dipengaruhi oleh *reference group* dan *brand image*. Saat ini, kebutuhan pria untuk menjaga penampilan dan tampil prima mendorong semakin banyaknya bermunculan produk-produk berlabel "*for men*". Adanya keinginan untuk tampil prima tersebut mendorong para pria tidak segan-segan membelanjakan uang untuk membeli produk-produk perawatan kulit. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah kuantitatif. Untuk memperoleh data yang diperlukan, penulis mengambil sampel sebanyak 100 responden konsumen produk perawatan kulit wajah Shiseido Men dengan teknik *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel *reference group* yang terdiri dari dimensi lingkungan sosial / lingkungan kerja dan istri/*partner*, keluarga, kolega dan korelasi antar dimensi dari *brand image* yang terdiri atas informasi dan persepsi terhadap produk Shiseido Men memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *brand image*, *reference group*, produk perawatan kulit wajah, perilaku konsumen pria

Influence Reference Group and Brand Image on Purchase Decision Shiseido Men

Indra Juheriah

ABSTRACT

This study aims to determine whether the male consumer purchasing decisions on skin care products is affected by the reference group and brand image. Nowadays, men need to keep up appearances and appeared primed pushing more and more popping up products labeled "for men". Their desire to perform such prima encouraged the men did not hesitate to spend money to buy skin care products. In this study, the method used is quantitative. To obtain the necessary data, the authors took a sample of 100 consumer respondents skin care products Shiseido Men with purposive sampling. The analytical tool used is multiple regression analysis. The results of this study prove that the variable reference group consisting of the environmental dimension of social / work environment and wife / partner, colleagues and the correlation between the dimensions of brand image which consists of information and perception of the product Shiseido Men have a significant influence on purchasing decisions.

Keywords: brand image, reference group, facial skin care products, consumer behavior of men

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.. ..	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
1. PENDAHULUAN.	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Perumusan dan Batasan Masalah	5
1.2.1 Identifikasi Masalah	5
1.2.2 Rumusan Masalah	6
1.2.3 Batasan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian	7
2. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Perilaku Konsumen	9
2.1.1.1 Persepsi Pria Terhadap Estetika.....	9
2.1.1.2 Faktor Utama yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	10
2.1.2 Reference Group.....	14
2.1.3 Brand Image.....	15
2.1.4 Penelitian Terdahulu.....	17
2.2 Kerangka Pemikiran.....	18
2.3 Hipotesis Penelitian	19
3. METODE PENELITIAN.....	20

3.1	Jenis Desain Penelitian.....	20
3.2	Ruang Lingkup.....	20
3.3	Lokasi Penelitian.....	20
3.4	Operasionalisasi Variabel	21
3.5	Populasi dan Sampel Penelitian.....	25
3.5.1	Populasi.....	25
3.5.2	Sampel Penelitian	25
3.6	Jenis dan Sumber Data.....	28
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.7.1	Analisa Regresi Berganda.....	29
3.8	Teknik Analisa Data.....	30
3.8.1	Pengujian Instrumen Penelitian.....	30
4.	HASIL DAN PEMBAHASAN.	32
4.1	Latar Belakang Responden.....	32
4.2	Uji Instrumen.....	34
4.2.1	Uji Validitas.....	34
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	35
4.3	Analisis Data.....	35
4.3.1	Matriks Korelasi Dimensi Antar Variabel Bebas dan Variabel Terikat	35
4.4	Analisa Regresi Berganda.....	37
4.5	Uji Koefisien Determinasi.....	39
4.6	Uji Hipotesis.....	40
5.	KESIMPULAN DAN SARAN.....	42
	DAFTAR PUSTAKA	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Consolidated Report Januari 2015 – November 2015.....	3
Gambar 1.2. Penjualan Shiseido Men periode Januari 2015 – November 2015.....	4
Gambar 2.1. Faktor-Faktor Keputusan Pembelian	10
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	18

DAFTAR TABEL

Tabel 3.4.1 Operasionalisasi Variabel.....	22
Tabel 3.2 Daftar Lokasi Penelitian.....	27
Tabel 3.3 Jumlah Rata-Rata Konsumen.....	27
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	32
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas.....	34
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	35
Tabel 4.4 Korelasi Dimensi Antar Variabel Bebas dan Variabel Terikat.....	35
Tabel 4.5 Hasil Uji Regresi Linier Uji T dan Anova.....	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	46
Lampiran 2 Nilai r Tabel.....	49
Lampiran 3 Nilai t Tabel.....	50
Lampiran 4 Nilai F Tabel.....	51
Lampiran 5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	52
Lampiran 6 Hasil Uji Regresi.....	61
Lampiran 7 Shiseido Men Skin Series.....	64