

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH**

TUGAS AKHIR



**Oleh:
Pragita Shinta Uli Sitorus
NIM. 11001041**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
MEI 2015**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH**

TUGAS AKHIR

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Bakrie**



**Oleh:
Pragita Shinta Uli Sitorus
NIM. 1111001041**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
MEI 2015**

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 : PRAGITA SHINTA ULI SITORUS

NIM : 1111001041

Tanda Tangan :

Tanggal : MEI 2015

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Pragita Shinta Uli Sitorus
NIM : 1111001041
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga
Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dominica Arni Widyastuti, S.E.M.M

Penguji I : Muchsin Sagaff S, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D.

Penguji II : Tri Wismiarsi, Ir., M.Sc., Ph.D



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : MEI 2015

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, Tuhan Yesus Kristus, karena atas kasih, rahmat, dan hikmat-Nya penulis mampu menyelesaikan penulisan tugas akhir yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah”** sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Dalam proses penyusunan tugas akhir ini penulis mendapat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dominica A. Widyastuti, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam proses penyusunan tugas akhir ini.
2. Muchsin Sagaff S, S.E.,M.Sc., M.B.A., Ph.D. Selaku dosen pembahas dalam sidang tugas akhir penulis yang telah memberikan masukan dalam tahap perbaikan tugas akhir ini.
3. Tri Wismiarsi, Ir., M.Sc., Ph.D Selaku dosen penguji dalam sidang tugas akhir penulis yang telah memberikan masukan dalam tahap perbaikan tugas akhir ini.
4. Papa tersayang PM Sitorus, Mama tersayang Masria Siagian, serta adik-adik penulis David Selamat Sitorus dan Hotman Gunadi Sitorus serta segenap keluarga yang selalu memberikan semangat, kasih sayang, dan doa tanpa henti kepada penulis.
5. Christine Natalia Charel, Iin Nur Yurinda, Metaria, Tezsa Aprilia, Aan, Abe, Adit, Dion, Fadhil, Gio, Hasan, Krisnadi, Yohan dan Yudho sahabat-sahabat :DShip seperjuangan yang selalu menyemangati dan mendukung dalam suka dan duka dalam menempuh pendidikan di Universitas Bakrie.
6. Teman-teman seperjuangan, Manajemen 2011 Universitas Bakrie yang selalu mendukung, berbagi ilmu, memberikan inspirasi dan motivasi kepada penulis.

7. Yogi Dwi JayaPerkasa dan Nurnila sahabat-sahabat seperjuangan penulis sejak SMA sampai Sekarang yang selalu mendukung, memberikan doa, memberikan semangat, dan berbagi suka dan duka bersama penulis.
8. Keluarga besar AIDZ, Indah, Arif, Dea, Novi, Ashfim, Susilo, Andar, dan lainnya, yang selalu mendukung penulis dalam suka dan duka dan senantiasa mendoakan penulis dalam menjalani perkuliahan sampai pada penulisan tugas akhir ini.
9. Keluarga “*Community Of Love (COOL) Mustard Seed*”, Henita D. Sihotang, Christina Walangitan, Hotlam A. Sitinjak, Rose Sarareni, Maria M. Mira, Femi Ningsih Losong, Nella Seftiana, Nelly Seftiany, dan Angelina N. Koten, yang selalu mendukung penulis dalam suka dan duka dan senantiasa mendoakan penulis dalam menjalani perkuliahan sampai pada penulisan tugas akhir ini.
10. Teman-teman seperjuangan Kendari, Fauzan Al Agung, Hasnah, Sultan Tanjung, Rien Pratama, Fransiska dan Arlinda yang selalu mendukung penulis dalam suka dan duka dan senantiasa mendoakan penulis dalam menjalani perkuliahan sampai pada penulisan tugas akhir ini

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam usulan tugas akhir ini, sehingga penulis sangat membutuhkan saran dari pembaca. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat kedepannya.

Jakarta, Mei 2015

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Pragita Shinta Uli Sitorus

NIM : 1111001041

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Penelitian Kuantitatif

demikian 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 Citra Merek, Kualitas Produk, Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah

beserta 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 : Mei 2015

Yang Menyatakan

Pragita Shinta Uli Sitorus

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH

Pragita Shinta Uli Sitorus¹

ABSTRACT

Dalam penelitian ini menggunakan variabel independen citra merek (x1), kualitas produk (x2) dan harga (x3). Metode analisis yang digunakan analisa regresi linier berganda. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang diambil dengan *purposive sampling* dari konsumen Wardah yang melakukan keputusan pembelian. Data yang diperoleh merupakan data primer yang merupakan hasil dari jawaban responden atas kuesioner yang disebar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan pada variabel citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini juga menunjukkan variabel citra merek, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Pada uji determinasi terdapat pengaruh sebesar 41,1% dari variabel independen (citra merek, kualitas produk dan harga) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Sedangkan, sebanyak 58,9% dipengaruhi oleh variabel lain dan tidak termasuk kedalam analisis regresi ini.

Kata kunci: citra merek, kualitas produk, harga, keputusan pembelian

¹Mahasiswa Program Manajemen Universitas Bakrie

THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, PRICE TOWARDS PURCHASING DECISION OF WARDAH'S PRODUCT

Pragita Shinta Uli Sitorus¹

ABSTRACT

In this research uses a brand image (x1), product quality (x2) and price (x3) as an independent variables. The analysis's method using a multiple linear regression analysis. The sample was used in this research are 100 respondents which took at purposive sampling from Wardah's customer who makes a buying decisions. The data retrieved is the primary data that is the result of respondent's answers on a questionnaire that was distributed. The results of this research that are simultaneous influence of variable brand image, product quality and price on purchasing decision. The result of this research also shows that the variable brand image, product quality and price influence significantly partially against purchasing decision. On the determination test, there is influence of 41,1% of the independent variables (brand image, product quality and price) on the dependent variable (purchasing decisions). Meanwhile, a total of 58,9% is influenced by other variables and not included in the regression analysis.

Keyword: brand image, product quality, price, purchasing decisions

¹Mahasiswa Program Manajemen Universitas Bakrie

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
UNGKAPAN TERIMA KASIH	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS	11
2.1 Keputusan Pembelian	11
2.1.1 Dimensi Keputusan Pembelian	14
2.2 Citra Merek	15
2.2.1. Pengertian Citra Merek	15
2.2.1.1. Variabel Citra Merek	16
2.2.2. Hubungan antara citra merek dan keputusan pembelian	17
2.3 Kualitas Produk	18
2.3.1 Variabel Kualitas Produk	19
2.3.2 Hubungan antara Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian	21
2.4 Harga	22
2.4.1 Pengertian Harga	22
2.4.2 Penetapan Harga	23
2.4.3 Indikator Harga	24
2.4.4 Hubungan Harga dan Keputusan Pembelian	24
2.5 Tinjauan Penelitian Sebelumnya	25
2.6 Kerangka Pemikiran Teoritis	26
2.7 Hipotesis	27

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasionalisasi Variabel	
3.1.1 Variabel Penelitian	29
3.1.1.1 Variabel Independen	29
3.1.1.2 Variabel Dependen	29
3.1.2 Operasionalisasi Variabel	30
3.2 Populasi dan Sampel	32
3.2.1 Penentuan Jumlah Sampel	32
3.2.2 Penentuan Penarikan Sampel	33
3.2.3 Kriteria Sampel	33
3.3 Jenis dan Sumber Data	
3.3.1 Data Primer	34
3.3.2 Data Sekunder	34
3.4 Metode Pengumpulan Data	
3.4.1 Penelitian Kepustakaan	34
3.4.2 Penelitian Lapangan	35
3.5 Metode Analisis Data	
3.5.1 Analisis Deskriptif	
3.5.1.1 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	35
3.5.1.2 Analisis Deskriptif Jawaban Responden	35
3.5.2 Uji Instrumen Data	
3.5.2.1 Uji Validitas	35
3.5.2.2 Uji Reliabilitas	36
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	
3.5.3.1 Uji Normalitas	37
3.5.3.2 Uji Multikolinearitas	37
3.5.3.2 Uji Heteroskedastisitas	38
3.5.4 Uji Kelayakan Model	
3.5.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda	39
3.5.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)	40
3.5.4.3 Uji Uji F	40
3.5.4.4 Uji Uji T	40

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum dan Objek Penelitian	41
4.2 Karakteristik Responden	45
4.2.1 Karakteristik responden berdasarkan Usia	45
4.2.2 Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan	46
4.2.3 Responden menurut jenis pembelian produk Wardah	46
4.2.4 Responden menurut jenis produk yang digunakan	47
4.3 Hasil dan Pembahasan	
4.3.1 Uji Instrumen Data	48
4.3.3.1 Uji Validitas	48
4.3.3.2 Uji Reliabilitas	51
4.3.2 Hasil Temuan dan Pembahasan hasil jawaban responden	52

4.3.3 Hasil Pengujian Persyaratan Analisis.....	57
4.3.3.1 Hasil Pengujian Normalitas Data.....	57
4.3.3.2 Hasil Pengujian Multikolinearitas	59
4.3.3.3 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas.....	60
4.3.4 Hasil Pengujian Kelayakan Model.....	61
4.3.4.1 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	61
4.3.4.2 Hasil Uji T	63
4.3.4.3 Hasil Uji Determinasi.....	64
4.3.4.4 Hasil Uji F.....	64
4.3.5 Pembahasan	66
V. KESIMPULAN, DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rating Produk dalam Top Brand Indeks	4
Tabel 1.2 Perbandingan Harga Produk	8
Tabel 2.1 Perbandingan Antara Jurnal Terdahulu	29
Tabel 3.1 Definisi Operasionalisasi Variabel.....	31
Tabel 4.1 Nilai Pearson Correlation Uji Coba (30 responden)	49
Tabel 4.2 Nilai Pearson Correlation 100 responden.....	50
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas (30 Responden).....	51
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas (100 responden)	52
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek.....	53
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk	55
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Harga	56
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas Data Secara Statistik.....	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Determinasi (R^2).....	64
Tabel 4.13 Hasil uji F	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teoritis	26
Gambar 4.1 Data responden berdasarkan Usia	45
Gambar 4.2 Data responden berdasarkan pekerjaan	46
Gambar 4.3 Data responden berdasarkan waktu terakhir pembelian	47
Gambar 4.4 Data responden berdasarkan jenis produk yang digunakan	48
Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas data secara grafik	58
Gambar 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	80
Lampiran 2 Hasil SPSS.....	84
Lampiran 3 Hasil jawaban kuesioner	105