

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK HAIR CARE PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA



Oleh :

HERLINA LIEMUBUN
NBI : 1211800071

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2022

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HAIR
CARE PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**



Oleh :

Herlina Liemubun

1211800071

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2022**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HAIR
CARE PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN**
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna

Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh :

Herlina Liemubun

1211800071

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVESITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2022

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama Lengkap : Herlina Liemubun

NBI : 1211800071

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi :

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HAIR
CARE PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA”**

Surabaya 20 Juni 2022

Mengetahui / Menyetujui Pembimbing



Dr. Nanis Susanti, M.M.

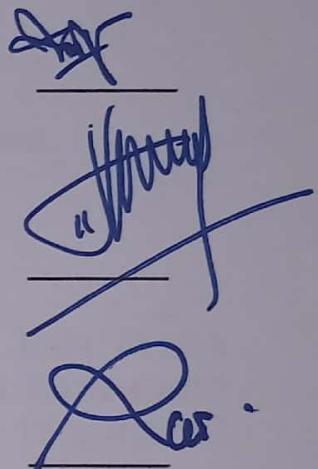
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan sidang Dewan Pengaji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal..

TIM PENGUJI :

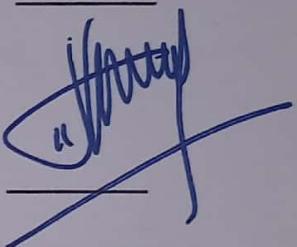
1. Dr. Nanis Susanti, M.M.

- Ketua



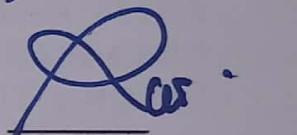
2. Dra. Ec. Endang Setyawati, M.Si

- Anggota



3. Dra. Ratnaningsih Sri Yustini, M.M.

- Anggota



Mengesahkan

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama Lengkap : Herlina Liemubun
2. NBI : 1211800071
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK : 8102055010000004
6. Alamat Rumah : Ling Maria Mediatrix, Kec. Kei Kecil,
Kab. Maluku Tenggara

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HAIR CARE PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA”

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan serta pemikiran saya sendiri dan bukan hasil plagiat atau menyalin dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa artikel, skripsi, tesis maupun disertasi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika di kemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi yang saya tulis adalah hasil plagiat maka saya bersedia menerima sangsi apapun atas apa yang saya perbuat dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa kaitannya dengan dosen pembimbing dan kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 20 Juni 2022



(Herlina Liemubun)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. Semolowaru 45 Surabaya
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)
Email: perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Herlina Liemubun
NBI : 1211800071
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HAIR CARE PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right), Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal :

Yang Menvatakan



(Herlina Liemubun)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hair Care pada mahasiswa prodi manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya”

Dalam penelitian ini, penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan, dukungan dan bimbingan dari semua pihak, skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis tujukan kepada:

1. Dr. Nanis Susanti, MM. selaku pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
2. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Dr. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Ulfie Pristiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melakukan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Bapak dan ibu penguji yang telah memberikan waktu untuk pengarahan dan menambah wawasan keilmuan serta memberikan saran yang terbaik selama pelaksanaan penelitian.

6. Bapak dan ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat.
7. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.
8. Kepada kedua orang tua saya, Bapak Simon Petrus Liemubun dan Ibu Cornelia Elisabet Ngo, serta tante saya Ko Amoy yang selalu mendoakan saya agar diperlancar dan dipermudahkan dalam mengerjakan skripsi ini, dan juga memberikan motivasi, nasehat, perhatian, kasih sayang dan semangat yang tiada hentinya.
9. Kepada kaka-kakak saya, Cherryl Liem dan Riko Liem yang selalu mendoakan, memberikan semangat dan dukungan penuh. Serta kedua keponakan saya, Prichilla dan Kimberly yang selalu menghibur saya.
10. Terima kasih kepada Halimatus Sakdiyah yang selalu menemani, memberi semangat serta pengaruh positif bagi saya.
11. Teman-teman kos, Renny dan Feby, yang selalu memberi semangat canda tawa yang membahagiakan.
12. Seluruh responden mahasiswa prodi manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan waktu dan informasi untuk membantu penyelesaian skripsi ini.
13. Seluruh teman-teman yang telah banyak membantu, memberi semangat dan bantuan dalam menjalani proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
14. Kepada member BTS, Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook yang selalu memberi motivasi dan inspirasi melalui karya-karyanya.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang manajemen pemasaran

Surabaya 20 Juni 2022

(Herlina Liemubun)

ABSTRAK

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HAIR
CARE PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Hair Care* pada mahasiswa prodi manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 72 responden dan metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, menggunakan google form. Teknik analisa data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan analisis koefisien determinasi. Uji hipotesis yang digunakan adalah uji t dan uji F. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian adalah SPSS versi 25.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas produk, persepsi harga dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan KeputusanPembelian

ABSTRACT

INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION AND BRAND IMAGE ON HAIR CARE PRODUCT PURCHASE DECISION IN MANAGEMENT STUDENT OF UNIVESITY 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

This study aims to explain the effect of product quality, price perception and brand image on purchasing decisions for hair care products for management study program students, University of 17 Agustus 1945, Surabaya.

This study used a sample of 72 respondents and the method used in this study was quantitative. Data was collected through distributing questionnaires using google form. The data analysis technique used is validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis and coefficient of determination analysis. The hypothesis test used is t test and F test. The analytical tool used in this study is SPSS version 25.

Based on the results of the study, it shows that the product quality, price perception and brand image variables simultaneously have a significant effect on the purchasing decision variables.

Keywords: *Product Quality, Price Perception, Brand Image and Purchase Decision*

RINGKASAN

Permasalahan yang ingin diketahui dari penelitian ini yaitu apakah terdapat pengaruh antara variabel kualitas produk, persepsi harga dan citra merek terhadap variabel keputusan pembelian produk hair care.

Jenis penelitian menggunakan metode kauntitatif, populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa prodi manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Teknik analisa data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis linier berganda , analisis determinasi , uji hipotesis yang digunakan adalah uji t dan uji F. alat untuk menganalisa data menggunakan SPSS versi 25.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari analisis regresi linier berganda yaitu $Y=3,290 + 0,226 X_1 + 0,131 X_2 + 0,507 X_3 + e$. Hasil uji t (parsial) menunjukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan ppembelian produk hair care. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai t hitung $3,388 > t$ tabel 1,995 dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ maka kualitas produk (X_1) dinyatakan berpengaruh signifikan. Persepsi harga bepengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk hair care, hal ini dapat dibuktikan dari nilai t hitung $2,549 > t$ tabel 1,995 dengan nilai signifikansi $0,013 < 0,05$ maka persepsi harga (X_2) dinyatakan berpengaruh signifikan. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk hair care, hal ini dapat dibuktikan dari nilai t hitung $4,394 > t$ tabel 1,995 dengan nilai signifkansi $0,000 < 0,05$ maka citra merek (X_3) dinyatakan berpengaruh signifikan.

Berdasarkan hasil uji F menunjukan bahwa variabel kualitas produk, persepsi harga dan citra merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk hair care, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan F hitung $41,547 > F$ tabel 2,74.

Kesimpulan dalam penelitian ini menunjukan bahwa seraca simultan variabel kualitas produk, persepsi harga dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap vairabel keputusan pembelian produk hair care pada mahasiswa prodi manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

SUMMARY

The problem that wants to be known from this research is whether there is an influence between product quality, price perception and brand image on the purchasing decision variables of hair care products.

The type of research that uses the quantitative method, the population in this study are students of management study program, University of 17 Agustus 1945 Surabaya. The data analysis technique used is validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear analysis, determination analysis, hypothesis test used is t test and F test. The tool to analyze data uses SPSS version 25.

Based on the research obtained from multiple linear regression analysis, namely $Y=3,290 + 0,226 X_1 + 0,131 X_2 + 0,507 X_3 + e$. The results of the t-test (partial) showed that product quality had a positive and significant effect on purchasing decisions for hair care products. This can be proven from the value of t arithmetic 3,388 > t table 1,995 with a significance value of $0.001 < 0.05$ then the quality of the product (X_1) is declared to have a significant effect. Price perception has a positive and significant impact on purchasing decisions for hair care products, this can be proven from the t value of 2,549 > t table of 1.995 with a significance value of $0.013 < 0.05$ then the perception of price (X_2) is declared significant. Brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions for hair care products, this can be proven from the t value of 4,394 > t table of 1.995 with a significance value of $0.000 < 0.05$ then the brand image (X_3) is declared significant.

Based on the results of the F test, it shows that the variables of product quality, price perception and brand image simultaneously have a significant effect on purchasing decisions for hair care products, this can be seen from the significance value of $0.000 < 0.05$ and F count 41,547 > F tabel 2,74.

The conclusion in this study shows that the simultaneous variables of product quality, price perception and brand image have a significant effect on the purchasing decision variables of hair care products for students of management study program at the University 17 Agustus 1945 Surabaya

DAFTAR ISI

COVER LUAR	i
COVER DALAM	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	v
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
RINGKASAN	xii
<i>SUMMARY</i>	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR TABEL	xix
LAMPIRAN	xx
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II.....	7
KAJIAN PUSTAKA.....	7

2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu.....	7
2.1.1. Manajemen Pemasaran	7
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	8
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	9
2.1.4 Kualitas Produk.....	9
2.1.5 Persepsi Harga.....	11
2.1.6 Citra Mere.....	12
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	13
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	16
2.3.1 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	16
2.3.2 Hubungan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	17
2.3.3 Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	17
2.4 Kerangka Konseptual.....	17
2.5 Hipotesis.....	18
BAB III.....	21
METODOLOGI PENELITIAN.....	21
3.1 Desain Penelitian.....	21
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	21
3.2.1 Lokasi Penelitian.....	21
3.2.2 Waktu Penelitian.....	22
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	22
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	22
3.4.1 Populasi.....	22

3.4.2 Sampel.....	22
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional.....	24
3.6.1 Definisi Variabel.....	24
3.6.2 Definisi Operasional.....	25
3.7 Proses Pengolahan Data.....	28
3.8 Metode Analisis Data.....	29
3.8.1 Uji Instrumental.....	29
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	30
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisa Data.....	31
3.9.1 Analisa Data.....	31
3.9.2 Teknik Pengujian Hipotesis.....	32
BAB IV.....	33
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	33
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	33
4.3 Uji Instrumen.....	34
4.3.1 Uji Validitas.....	34
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	36
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	37
4.4.1 Uji Normalitas.....	37
4.4.2 Uji Multikolinieritas.....	38
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	39
4.5 Teknik Analisa Data.....	40

4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	40
4.5.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	42
4.6 Teknik Pengujian Hipotesis.....	42
4.6.1 Uji t (Parsial).....	42
4.6.2 Uji F (Simultan).....	44
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	45
4.7.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	45
4.7.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	46
4.7.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	46
4.7.4 Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	46
4.8 Implikasi Penelitian.....	47
4.9 Keterbatasan Penelitian.....	47
BAB V.....	49
PENUTUP.....	49
5.1 Simpulan.....	49
5.2 Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	51
LAMPIRAN.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	18
Gambae 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	40

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert.....	24
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel.....	34
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas Variabel.....	37
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas.....	38
Tabel 4.5 Uji Multikolinieritas.....	39
Tabel 4.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	42
Tabel 4.8 Uji t (Parsial).....	43
Tabel 4.9 Uji F (Simultan).....	45

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	53
Lampiran 2 Tabulasi Data Jawaban Kuesioner.....	61
Lampiran 3 Uji Validitas.....	67
Lampiran 4 Uji Reliabilitas.....	71
Lampiran 5 Uji Normalitas.....	72
Lampiran 6 Uji Multikolinieritas.....	72
Lampiran 7 Uji Heteroskedastisitas.....	73
Lampiran 8 Uji Regresi Linier Berganda.....	73
Lampiran 9 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	74
Lampiran 10 Uji t (Parsial).....	74
Lampiran 11 Uji F (Simultan).....	75
Lampiran 12 r tabel untuk df = 51-100.....	75
Lampiran 13 t tabel.....	77
Lampiran 14 f tabel.....	79
Lampiran 15 Kartu Bimbingan Skripsi.....	81
Lampiran 16 Hasil Turnitin.....	82