

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK MAKE OVER
(Studi Empiris Pada Konsumen Di Toko Sumber Mas Kota Madiun)**



**OLEH :
SHERLY ROSITA ANGGRAINI
51416068**

**PSDKU MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA KAMPUS
KOTA MADIUN
2021**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK MAKE OVER
(Studi Empiris pada Konsumen di Toko Sumber Mas Kota Madiun)**

SKRIPSI
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
KAMPUS KOTA MADIUN
Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH :
SHERLY ROSITA ANGGRAINI
51416068

PSDKU MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA KAMPUS
KOTA MADIUN
2021

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK MAKE OVER
(Studi Empiris Pada Konsumen Di Toko Sumber Mas Kota Madiun)

Oleh :
SHERLY ROSITA ANGGRAINI
51416068

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing,



Dra. Dyah Kurniawati, M.Si
NIDN. 0713126601

Tanggal : 26 Maret 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Sherly Rosita Anggraini NIM 51416068

Telah diuji pada tanggal 26 Maret 2021 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji :



Veronika Agustini SM., S.E., M.Si
NIDN: 0717087201

Mengetahui,

Dekan,

Dekan, F. Ludovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPA
NIDN. 0713097203

Ketua Program Studi,

Dra. Diah Kurniawati M.Si
NIDN. 0713126601

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Untuk perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun :

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sherly Rosita Anggraini

NIM : 51416068

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over
(Studi Empiris Pada Konsumen Di Toko Sumber Mas Kota Madiun)

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun. Saya juga menyetujui jika karya tulis ini akan dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lainnya (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Madiun, 26 Maret 2021

Yang menyatakan,



Sherly Rosita Anggraini

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan laporan penelitian skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over (Studi Empiris Pada Konsumen di Toko Sumber Mas Kota Madiun)”**. Penelitian skripsi ini disusun dan diajukan sebagai tugas akhir dalam menempuh studi pada PSDKU Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun.

Terselesaikannya penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari dorongan, dukungan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak yang selaluterlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam pengerjaan skripsi. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Dyah Kurniawati, M.Si selaku dosen pembimbing dan wali studi yang telah dengan sabar, teliti, dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, semangat, motivasi, dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun skripsi.
2. Dra. Dyah Kurniawati, M.Si selaku ketua jurusan program studi di luar kampus utama (PSDKU) Manajemen yang telah berkenan memberikan ilmu, waktu, dan mengarahkan serta memberikan motivasi selama penyusunan skripsi ini.
3. Seluruh Bapak / Ibu dosen PSDKU Manejemen, Fakultas Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman selama masa perkuliahan.
4. Kepada Ibu Kristina selaku staf PSDKU Manajemen dan seluruh pegawai perpustakaan yang telah banyak memberikan bantuannya selama masa studi.
5. Kepada kedua orangtuaku tercinta Papa Ruslan Sasmito dan Mama Yuliana yang selalu memberikan doa, kasih sayang, semangat, dukungan baik secara moral dan materiil hingga penulis mampu menyelesaikan studi.

6. Ketiga adikku Violita, Yusuf Wijaya Sasmito, Dan Rizky Argo Samito yang selalu memberikan semangat dan dukungan dalam menyusun skripsi.
7. Seluruh keluarga besar penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi kepada penulis dalam proses pengerjaan skripsi.
8. Sahabat – sahabatku Elizabeth Debora Monetry, Shafira Faiza Monica Sukma, Niar Oktri Anisa, Ria Silvi Agustin, Devita Nadya Putri, Rudi Sugianto, Debrina Natalia, Robby Dwi Liawati, dan Agnes Lusiana yang selalu menjadi tempat berbagi cerita dan memberikan semangat, motivasi serta menemani selama proses penyusunan skripsi.
9. Seluruh teman – teman seangkatan, teman – teman KKN serta teman kelas Manajemen B angkatan 2016 dan telah mengisi hari – hari selama perkuliahan.
10. Seluruh responden yang ada pada obyek penelitian skripsi ini yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner guna membantu proses penyelesaian skripsi.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan doa, motivasi, serta bantuan sehingga skripsi ini mampu selesai.

Penulis menyadari laporan penelitian skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan dan kelemahan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Penulis mohon maaf akan hal ini. Semoga laporan penelitian skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan. Amin.

Madiun, 26 Maret 2021



Sherly Rosita Anggraini

DAFTAR ISI

HALAMAN Sampul	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Pemasaran	5
2.1.2 Bauran Pemasaran	5
2.1.3 Merek	11
2.1.4 Keputusan Pembelian	13
2.2 Hubungan Antar Variabel	17
2.3 Penelitian Terdahulu	18
2.4 Hipotesis	19
2.5 Kerangka Konseptual	20
BAB 3. METODE PENELITIAN	21
3.1 Desain Penelitian	21
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel ..	21
3.2.1 Identifikasi Variabel	21
3.2.2 Definisi Operasional Variabel	21
3.2.3 Pengukuran Variabel	23
3.3 Jenis dan Sumber Data	23
3.4 Metode Pengumpulan Data	24
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penyempelan	25
3.6 Analisis Data	26
3.6.1 Uji Kualitas Data	26
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	27
3.6.3 Regresi Linier Berganda	28
3.6.4 Pengujian Hipotesis	29
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	31

4.2 Deskripsi Data	31
4.2.1 Deskripsi Responden.....	31
4.2.2 Deskripsi Variabel.....	34
4.3 Hasil Analisis Data	37
4.3.1 Uji Kualitas Data.....	37
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	39
4.3.3 Uji Regresi Linier Berganda.....	41
4.3.4 Uji Hipotesis.....	42
4.4 Pembahasan	44
BAB 5. SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	47
5.1 Kesimpulan.....	47
5.2 Keterbatasan	47
5.3 Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1 Skala Penilaian Kuesioner	25
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasar Usia	32
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasar Alamat.....	32
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasar Pekerjaan.....	33
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasar Penghasilan (Uang Saku)/bulan .	33
Tabel 4.5 Rentang Skala	34
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	34
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek	35
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	36
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	38
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas.....	39
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	40
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	20
Gambar 4.1 Grafik Scatterplot	41
Gambar 4.2 Kurva Daerah Penerimaan Atau Penolakan Variabel Kualitas Produk.....	43
Gambar 4.3 Kurva Daerah Penerimaan Atay Penolakaan Variabel Citra Merek	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Data Karakteristik Responden Dan Data Variabel

Lampiran 3 Uji Kualitas Data

Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik

Lampiran 5 Analisis Regresi Linier Berganda

Lampiran 6 Tabel r dan Tabel t

Lampiran 7 Surat Ijin Penelitian Dan Surat Balasan Penelitian

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh positif kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian kosmetik *Make Over* di Sumber Mas Kota Madiun. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang dipilih dengan teknik *non probability sampling* dan *purposive sampling*. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian kosmetik *Make Over* di Sumber Mas Kota Madiun. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,309 (30,9%) artinya variabel kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian menjelaskan pengaruh sebesar 30,9%. Dalam penelitian variabel yang dominan memengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian.

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE ON MAKE OVER COSMETIC PURCHASE DECISIONS

(Empirical Study on Consumers at Sumber Mas Store In Madiun City)

ABSTRACT

This study aims to examine the significance of the effect of product quality and brand image on purchasing decisions for cosmetics at Sumber Mas Store In Madiun City. The sample in this study was 100 respondents who were selected by non probability sampling and purposive sampling. Hypothesis testing used multiple linear regression analysis with the help of the SPSS 22 program. The results showed that the variable product quality and brand image had a significant positive effect on purchasing decisions for Make Over cosmetics at Sumber Mas Store In Madiun City. The coefficient of determination (R^2) of 0,309 (30,9) means that the variable product quality and brand image on purchasing decisions have an effect of 30,9 %. In this study, this dominant variable influencing purchasing decisions was the quality of the product.

Keyword : Product Quality, Brand Image, Purchase Decision