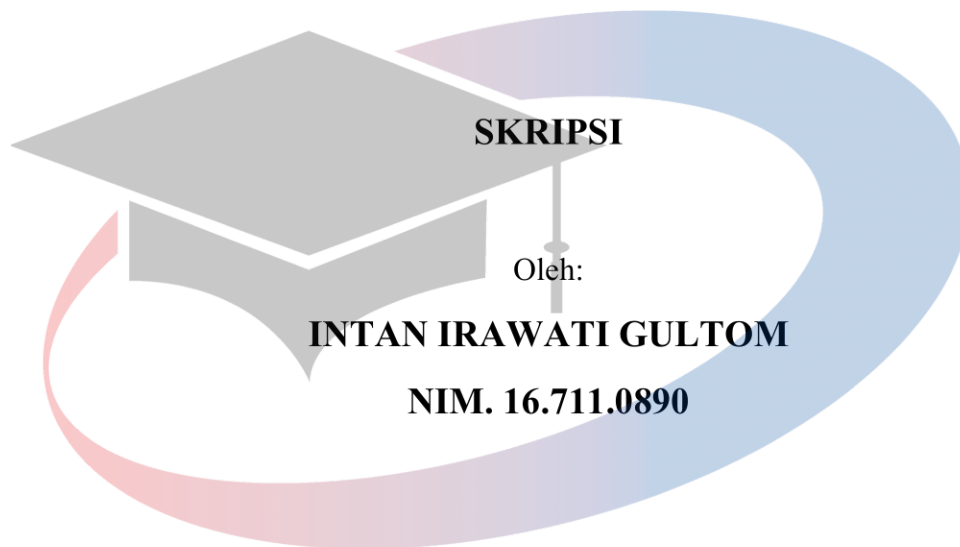


**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA,
DAN IKLAN TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK WARDAH (STUDI KASUS PADA
MAHASISWA STIE MIKROSKIL
MEDAN)**

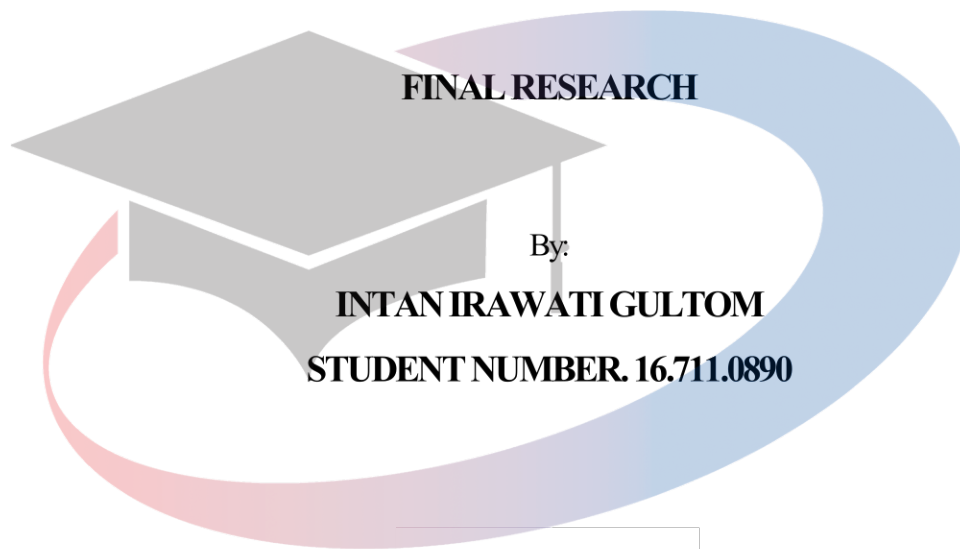


UNIVERSITAS
MIKROSKIL

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
MIKROSKIL
MEDAN**

2020

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, QUALITY OF PRODUCT,
PRICE, AND TELEVISION ADVERTISING ON THE DECISION OF
PURCHASE OF WARDAH PRODUCTS (CASE STUDY BASEDON
STUDENTS OF STIE MIKROSKIL)**



**STUDY PROGRAM MANAGEMENT
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
MIKROSKIL
MEDAN
2020**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA,
DAN IKLAN TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK WARDAH (STUDI KASUS PADA
MAHASISWA STIE MIKROSKIL MEDAN)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Manajemen

Oleh:

INTAN IRAWATI GULTOM

NIM: 167110890

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**

(Ir.Mbayak Ginting, S.Kom., M.M.)

(Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M.)

Medan, 27 Agustus 2020

Diketahui dan Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi

Manajemen

(Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M.)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen STIE Mikroskil Medan dengan identitas sebagai berikut:

Nama : Intan Irawati Gultom

Nim : 167110890

Peminatan : Manajemen Bisnis

Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir dengan Judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Mikroskil Medan)

Tempat Penelitian : STMIK-STIE Mikroskil Medan

Alamat Tempat Penelitian : Jl. Thamrin No. 124, 140, 112 Medan

No-Telp Tempat Penelitian : (061) 4573767

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan sebenarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain mengerjakannya) dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar.** Bila kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh STIE Mikroskil Medan, yakni **Pencabutan ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada STIE Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non – eksklusif (Non – exclusive Royalty Free Right) atas Tugas Akhir saya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, STIE Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulisan/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel, dan buku.

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh – sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 27 Agustus 2020

Saya yang membuat pernyataan,



(Intan Irawati Gultom)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Televisi terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Mikroskil). Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara *online* menggunakan *Google Form* terhadap 160 sampel yaitu mahasiswa STIE Mikroskil yang pernah melakukan pembelian dan menggunakan produk Wardah dari PT Paragon Technology and Innovation. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Pengujian secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa variabel Citra Merek, Harga, dan Iklan televisi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan variabel Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Mikroskil). Selanjutnya hasil secara simultan (Uji F) yang menunjukkan bahwa keempat variabel independent (Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Televisi) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian). *Adjusted R²* menunjukkan bahwa variabel Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Televisi dapat menjelaskan variasi terhadap variabel Keputusan Pembelian adalah sebesar 85.4 % dan sisanya sebesar 14.6 % dijelaskan faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Iklan Televisi, Keputusan Pembelian.*

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of Brand Image, Product Quality, Price, and Television Advertising on Wardah Product Purchasing Decisions (Case Study on STIE Mikroskil Students). This research uses purposive sampling technique which is done by distributing questionnaires online using Google Form on 160 samples, which are all consumers of Wardah products from PT Paragon Technology and Innovation. Data analysis method used in this study is multiple linear regression. Partial testing (t test) shows that the variable Brand Image, Price, and Television Advertising have a significant effect on Purchasing Decisions, while the Product Quality variable does not significantly influence Wardah Product Purchasing Decisions (Case Study on STIE Mikroskil Students). Furthermore, the simultaneous results (Test F) which show that the four independent variables (Brand Image, Product Quality, Price, and Television Advertising) influence the dependent variable (Purchasing Decision). Adjusted R^2 shows that the variable Brand Image, Product Quality, Price, and Television Advertising can explain variations to the Purchasing Decision variable is 85.4% and the remaining 14.6% is explained by other factors not examined in this study.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, Price, Television Advertising, Purchasing Decisions.*

UNIVERSITAS MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan sebuah karya tulis dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Televisi terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Mikroskil)”. Yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, arahan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M., selaku Dosen Pembimbing I dan selaku Ketua STIE Mikroskil Medan yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, bimbingan, dan arahnya serta motivasi yang sangat berharga baik itu didalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II dan selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, bimbingan, dan arahnya serta motivasi yang berharga baik itu di dalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak William, S.Kom., M.M., selaku Wakil Ketua I STIE Mikroskil Medan.
4. Bapak Paulus, S.Kom., M.T., selaku Wakil Ketua II STIE Mikroskil Medan.
5. Bapak Saliman, S.T., selaku Wakil Ketua III STMIK-STIE Mikroskil Medan.
6. Bapak Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan.
7. Bapak Pioner Pelawi, S.E., M.Si. selaku dosen wali yang selalu memberikan motivasi agar lebih semangat mengerjakan skripsi.
8. Seluruh Staff dan Dosen Pengajar STIE Mikroskil Medan yang banyak memberikan tambahan ilmu pengetahuan, motivasi, dan bimbingan yang

sangat berguna bagi peneliti.

9. Orang tua penulis, Bapak Mhd. Ridwan Gultom dan Ibu Anita Murni yang telah membesarkan serta mendidik penulis dan tak pernah lelah untuk selalu memberikan doa, dukungan, dan kasih sayang serta perhatian yang tak terhingga. Adik penulis Mhd. Ilham Aditya Gultom yang selalu memberikan doa dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Rekan seperjuangan dan sahabat penulis Albayan Deju Nasution, Fajar Kurniawan, Ghea Seftia Ramlan, Fuji Hilmawati, Trisna Wati, Siti Noor Hizrin, Muhammad Tegar Cahya dan seluruh keluarga besar Manajemen Bisnis Mikroskil 2016-2020 yang telah memberikan motivasi, semangat, dan telah meluangkan waktu untuk bertukar pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan ini.
11. Teman terkasih Mhd. Faisal Abid Batubara yang telah menjadi salah satu penyemangat saya dan tak pernah lelah untuk selalu memberikan bantuan, doa, dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Medan, 27 Agustus 2020

Penulis

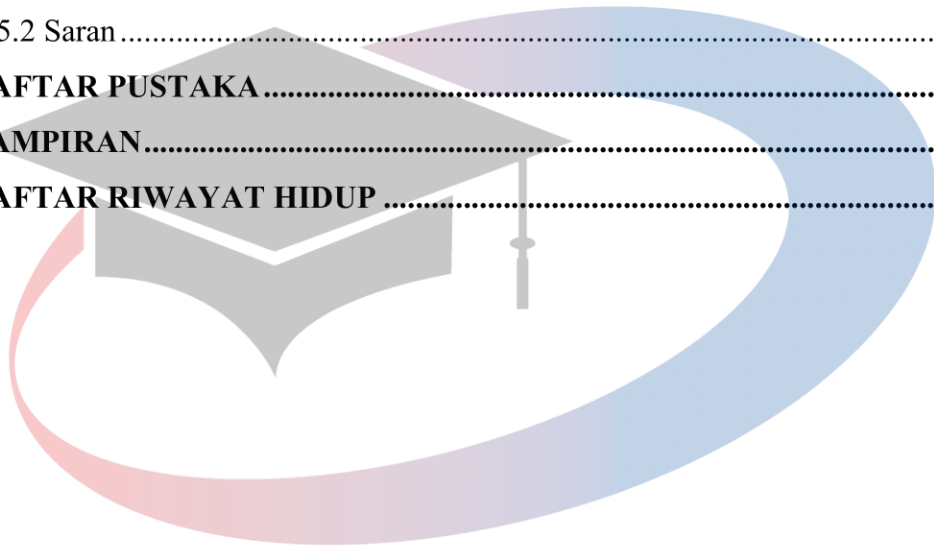
(Intan Irawati Gultom)

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Ruang Lingkup	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.6 Originalitas	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran	11
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	11
2.1.3 Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	12
2.1.4 Keputusan Pembelian	13
2.1.5 Merek	18
2.1.6 Citra Merek	19
2.1.7 Kualitas Produk.....	21
2.1.8 Harga.....	25
2.1.9 Iklan Televisi	29
2.2 Review Penelitian Terdahulu	34
2.3 Kerangka Konseptual	40
2.4 Pengembangan Hipotesis	41
2.4.1 Pengaruh Variabel Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah.....	41

2.4.2 Pengaruh Variabel Kualitas Poduk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah.....	42
2.4.3 Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah	43
2.4.4 Pengaruh Variabel Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah.....	43
2.4.5 Pengaruh Variabel Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah.	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1 Jenis Penelitian	45
3.2 Objek Penelitian	45
3.3 Populasi dan Sampel	45
3.4 Metode Pengumpulan Data	47
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	49
3.6 Variabel Uji Kualitas Data	51
3.7 Metode Analisis Data	52
3.8 Uji Multikolinearitas	53
3.9 Uji Heteroskedastisitas	53
3.10 Analisis Regresi Linier Berganda.....	54
3.11 Uji Hipotesis.....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1 Hasil Penelitian.....	56
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	56
4.1.2 Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	58
4.1.3 Gambaran Umum Responden.....	59
4.1.4 Hasil Statistik Deskriptif.....	61
4.1.5 Hasil Uji Kualitas Data	66
4.1.6 Hasil Uji Asumsi Klasik	72
4.1.7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	78
4.1.8 Hasil Uji Hipotesis.....	80
4.2 Pembahasan	83
4.2.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	83

4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	84
4.2.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	85
4.2.4 Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian	86
4.2.5 Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	94
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	149



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Pasar Industri Kosmetik di Indonesia 2010 – 2015.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	41
Gambar 4.1 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	74
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Normal P-P Plot	75
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Scatterplot	77



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Pasar Industri Kosmetik di Indonesia 2010 – 2015	2
Tabel 1.2 Daftar Kosmetik Lokal Favorit	5
Tabel 1.3 Daftar Harga Lip Cream.	7
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1 Kriteria Pemilihan Sampel	46
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	48
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel	49
Tabel 4.1 Tingkat Pengembalian Kuesioner	59
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Instrumen Citra Merek	61
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Instrumen Kualitas Produk .	62
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Instrumen Harga	63
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Instrumen Iklan Televisi	64
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Instrumen Keputusan Pembelian	65
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Citra Merek	66
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	67
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Harga	68
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Iklan Televisi	69
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	70
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek	71
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk	71
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas Harga	71
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas Iklan Televisi	72
Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	72
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinearitas	73
Tabel 4.20 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	76
Tabel 4.21 Hasil Uji Glejser	78

Tabel 4.22 Hasil Uji Analisis Linier Berganda.....	79
Tabel 4.23 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	80
Tabel 4.24 Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	81
Table 4.25 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	82



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	94
LAMPIRAN 2 DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN	101
LAMPIRAN 3 DISTRIBUSI HASIL STATISTIK DESKRIPTIF	122
LAMPIRAN 4 HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	125
LAMPIRAN 5 HASIL UJI ASUMSI KLASIK	130
LAMPIRAN 6 HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA	133
LAMPIRAN 7 HASIL UJI HIPOTESIS	133
LAMPIRAN 8 KOEFISIEN DETERMINASI (R^2)	134
LAMPIRAN 9 NILAI DISTRIBUSI	135



UNIVERSITAS
MIKROSKIL