

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN  
IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
SHAMPOO PANTENE PADA MAHASISWA  
FAKULTAS BISNIS UNIVERSITAS  
MIKROSKIL MEDAN**

**SKRIPSI**

Oleh:

**DEVI OKTAFIA SARI SITORUS  
NIM: 18.711.1431**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MIKROSKIL  
MEDAN  
2023**

**THE INFLUNCE OF QUALITY PRODUCT, BRAND IMAGE,  
AND ADVERSTISING ON PURCHASE DECISION OF  
SHAMPOO PANTENE PRODUCTS OF STUDENTS  
FACULTY OF BUSINES UNIVERSITY  
MIKROSKIL MEDAN**

**FINAL RESEARCH**



By:

**DEVI OKTAFIA SARI SITORUS**  
**Student Number: 18.711.1431**



**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT  
FACULTY OF BUSINESS  
UNIVERSITY OF MIKROSKIL  
MEDAN  
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN  
IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
SHAMPOO PANTENE PADA MAHASISWA  
FAKULTAS BISNIS UNIVERSITAS  
MIKROSKIL MEDAN

SKRIPSI


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

Oleh:

DEVI OKTAFIA SARI SITORUS  
NIM. 18.711.1431

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing,

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

Medan, 10 Agustus 2023

Diketahui dan Disahkan Oleh:

Ketua Prodi Studi

  
Manajemen,  
UNIVERSITAS  
MIKROSKIL  
(Suci Periwati, S.E., M.Si.)

## LEMBAR PERNYATAAN

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

Nim : 187111431

Nama : Devi Oktafia Sari Sitorus

Saya telah melaksanakan Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir: Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampoo Pantene Pada Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan

Tempat Penelitian: Universitas Mikroskil Medan

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Penelitian dari Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya. Bila dikemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas 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 Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalih media/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 penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel atau buku.

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

Medan, 10 Agustus 2023

Saya yang membuat  
Pernyataan,



187111431  
METER  
TEMPA  
1871A00613548284

Devi Oktafia Sari Sitorus

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampoo Pantene Pada Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan. Penelitian ini menggunakan teknik *Probability Sampling* dengan pendekatan *Proportionate Stratified Random Sampling* dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara *online* terhadap 138 sampel yaitu Mahasiswa/I Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Pengujian secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan variabel Citra Merek dan Iklan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampoo Pantene Pada Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan. Selanjutnya hasil secara simultan (Uji F) yang menunjukkan bahwa ketiga variabel independent (Kualitas Produk, Citra Merek dan Iklan) berpengaruh terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian). Adjusted R<sup>2</sup> menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Citra Merek dan Iklan dapat menjelaskan variasi terhadap variabel Keputusan Pembelian adalah sebesar 15,3% dan sisanya sebesar 84,7% dijelaskan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

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

# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## ABSTRACT

*This study aims to determine and analyze the Influence of Quality Product, brand Image and Adverstising on the Purchase Decision of Shampoo pantene Products on Students Fakultas Busines University Mikroskil Medan. This study used Probability Sampling, Proportionate Stratified Random with a total sample of 138 respondents. The data analysis method used in this research is multiple linear regression analysis. Partial test results (Test t) show that the Variable of Quality product affect purchasing decisions, while the Brand Image and Adverstising variables do not affect the Purchasing decision of Product Shampoo Panten on Students of the Management Study Program, Faculty of Business, Mikroskil University. Furthermore, the Simultaneous results (Test F) show that the three independent variables (Quality Product, Brand Image and Adverstising) affect the dependent variable (Purchase Decision). Adjusted R<sup>2</sup> value obtained is 15,3% and the remaining 84,7% is influenced by other variables not examined in this study.*

**Keywords:** *Quality Product, Brand Image, Adverstising, Purchase Decision*



# UNIVERSITAS MIKROSKIL



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan anugerah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampoo pantene Pada Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan”.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian dari persyaratan-persyaratan akademik dalam menyelesaikan Program Studi Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Mikroskil Medan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan berjalan lancar dengan baik tanpa adanya bimbingan, arahan, nasihat, bantuan dan dukungan yang berarti selama penyusunan skripsi. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, bimbingan dan arahnya serta motivasi yang sangat berharga baik itu dalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Pioner Pelawi, S.E., M.Si., selaku Dosen Pendamping Pembimbing yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, bimbingan dan arahnya serta motivasi yang sangat berharga baik itu dalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Hardy, S.Kom., Ph.D, selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan yang telah membantu dalam kelancaran akademis
4. Ibu Agustina, S.Kom., M.Sc., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan yang telah membantu dalam kelancaran akademis.
5. Ibu Suci Pertiwi, S.E., M.Si., Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan.

6. Seluruh Staff dan Dosen Pengajar Universitas Mikroskil Medan yang telah memberikan ilmu pengetahuan, motivasi dan bimbingan yang sangat berharga bagi penulis.
7. Orang Tua penulis, Bapak Luhut Sitorus dan Ibu Mahida Silaban yang telah membesarkan dan mendidik penulis yang tidak pernah lelah untuk memberikan doa, dukungan dan kasih sayang serta perhatian yang tak terhingga.
8. Saudara/I penulis yang selalu memberikan dukungan dan doa sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Teman penulis, Sherifina Sinurat, Hetinawati Harapap, Febriando Sitorus, Justinus Sihombing, Reinhard Marpaung, Rista Sigalingging yang telah memberikan motivasi, bantuan dan saran selama penyusunan skripsi ini.
10. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang penulis bagikan, serta pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dan mendukung dalam penyelesaian tugas akhir ini.

Akhir kata peneliti, mohon maaf jika terdapat kesalahan dalam penulisan pada skripsi ini. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian dimasa yang akan datang. Serta semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk pengembangan ilmu ekonomi khususnya pada bidang manajemen.

Medan, 10 Agustus 2023

Penulis

Devi Oktafia Sari Sitorus



## DAFTAR ISI

|   |            |
|---|------------|
| <b>ABSTRAK .....</b>  | <b>i</b>   |
| <b>ABSTRACT .....</b>   | <b>ii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                      | <b>iii</b> |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>  | <b>v</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                       | <b>ix</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>  | <b>x</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                                    | <b>xi</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                   | <b>1</b>   |
| 1.1 Latar Belakang.....   | 1          |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                       | 7          |
| 1.3 Ruang Lingkup.....  | 7          |
| 1.4 Tujuan Penelitian.....                                      | 8          |
| 1.5 Manfaat Penelitian.....                                     | 8          |
| 1.6 Originilitas.....   | 9          |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b> | <b>10</b>  |
| 2.1 Landasan Teori .....  | 10         |
| 2.1.1 Pengertian Pemasaran .....                                | 10         |
| 2.1.2 Manajemen Pemasaran .....                                 | 10         |
| 2.1.3 Bauran Pemasaran.....                                     | 11         |
| 2.2 Keputusan Pembelian .....                                   | 12         |
| 2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....                      | 12         |
| 2.2.2 Proses Pengambilan Keputusan .....                        | 13         |
| 2.2.3 Struktur Keputusan Pembelian .....                        | 14         |
| 2.2.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ..... | 15         |
| 2.2.5 Indikator Keputusan Pembelian.....                        | 17         |
| 2.3 Kualitas Produk .....                                       | 17         |

|  |           |
|--|-----------|
| 2.3.1 Pengertian Kualitas Produk .....   | 17        |
| 2.3.2 Tingkatan Produk.....  | 18        |
| 2.3.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....                               | 19        |
| 2.3.4 Indikator Kualitas Produk.....   | 20        |
| 2.4 Citra Merek.....   | 21        |
| 2.4.1 Pengertian Citra Merek .....   | 21        |
| 2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Citra Merek.....                                   | 21        |
| 2.4.3 Manfaat Citra Merek.....   | 22        |
| 2.4.4 Indikator Citra Merek .....  | 23        |
| 2.5 Iklan.....   | 24        |
| 2.5.1 Pengertian Iklan .....   | 24        |
| 2.5.2 Jenis-jenis Iklan .....  | 24        |
| 2.5.3 Fungsi Iklan .....   | 25        |
| 2.5.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perancangan Periklan .....                         | 26        |
| 2.5.5 Indikator Iklan.....   | 26        |
| 2.6 Riview Penelitian Terdahulu .....  | 27        |
| 2.7 Kerangka Konseptual .....  | 31        |
| 2.8 Pengembangan Hipotesis.....  | 32        |
| 2.8.1 pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....                         | 33        |
| 2.8.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....                             | 33        |
| 2.8.3 Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian .....                                  | 34        |
| 2.8.4 Pengaruh kualitas produk, citra merek dan Iklan terhadap keputusan pembelian ..... | 34        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>  | <b>36</b> |
| 3.1 Jenis Penelitian .....   | 36        |
| 3.2 Objek Penelitian .....   | 36        |

|   |           |
|---|-----------|
| 3.3 Metode Pengumpulan Data .....                     | 36        |
| 3.3.1 Penelitian Lapangan (Data primer).....          | 36        |
| 3.3.2 Studi Kepustakaan (Data Sekunder).....          | 37        |
| 3.4 Populasi dan Sampel.....                          | 38        |
| 3.4.1 Populasi.....                                   | 38        |
| 3.4.2 Sampel .....                                    | 38        |
| 3.5 Definisi Operasioanal Variabel .....              | 40        |
| 3.6 Metode Analisis Data .....                        | 43        |
| 3.6.1 Statistik Deskriptif.....                       | 43        |
| 3.6.2 Pengujian Kualitas Data.....                    | 43        |
| 3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....                          | 44        |
| 3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....          | 46        |
| 3.6.5 Uji Hipotesis .....                             | 47        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>    | <b>49</b> |
| 4.1 Hasil Penelitian.....                             | 49        |
| 4.1.1 Gambaran Umum.....                              | 49        |
| 4.2 Hasil Uji Kualitas Data.....                      | 55        |
| 4.2.1 Uji Validitas.....                              | 55        |
| 4.2.2 Uji Reliabilitas .....                          | 57        |
| 4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....                      | 58        |
| 4.3.1 Uji Normalitas.....                             | 58        |
| 4.3.2 Uji Multikolinearitas.....                      | 60        |
| 4.3.3 Uji Heteroskedasitas .....                      | 61        |
| 4.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....       | 62        |
| 4.5 Hasil Pengujian Hipotesis.....                    | 63        |
| 4.5.1 Pangujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)..... | 63        |

|   |            |
|---|------------|
| 4.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) .....           | 64         |
| 4.5.3 Pengujian Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....              | 65         |
| 4.6 Pembahasan .....  | 66         |
| 4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian ..... | 66         |
| 4.6.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....      | 67         |
| 4.6.3 Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian .....           | 67         |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>                            | <b>50</b>  |
| 5.1 Kesimpulan.....   | 50         |
| 5.2 Saran .....   | 50         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                       | <b>72</b>  |
| <b>LAMPIRAN.....</b>  | <b>75</b>  |
| <b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>                                 | <b>109</b> |



# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1. 1 Hasil Prasurvey Kualitas Produk.....           | 3  |
| Gambar 1. 2 Hasil Prasurvey Citra Merek .....              | 5  |
| Gambar 1. 3 Hasil Prasurvey Iklan.....                     | 6  |
| Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....                       | 32 |
| Gambar 4. 1 uji Normalitas dengan Grafik Histogram .....   | 59 |
| Gambar 4. 2 Uji Normalitas dengan Probability Plot .....   | 59 |
| Gambar 4. 3 Uji Normalitas dengan Grafik Scatterplot ..... | 61 |



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL



## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1. 1 Data Top Brand Index Shampoo Tahun 2018-2022.....   | 2  |
| Tabel 2. 1 Review Penelitian Terdahulu .....   | 28 |
| Tabel 3. 1 Skala Likert.....   | 37 |
| Tabel 3. 2 Data Jumlah Mahasiswa Manajemen Universitas Mikroskil 2021 & 2022.....                              | 38 |
| Tabel 3. 3 Data Jumlah Sub Sampel Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Stambuk 2021 dan 2022..... | 40 |
| Tabel 3. 4 Definisi operasional Variabel .....   | 41 |
| Tabel 4. 1 Tingkat Pengembalian Kuesioner.....   | 50 |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....   | 51 |
| Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Produk.....                                    | 51 |
| Tabel 4. 4 Hasil Deskriptif Kualitas Produk Statistics .....   | 52 |
| Tabel 4. 5 Hasil Deskriptif Citra Merek Statistics .....   | 53 |
| Tabel 4. 6 Hasil Deskriptif Iklan Statistics .....   | 53 |
| Tabel 4. 7 Hasil Deskriptif Keputusan Pembelian Statistics.....  | 54 |
| Tabel 4. 8 Hasil Validitas Kualitas Produk.....  | 55 |
| Tabel 4. 9 Hasil Validitas Citra Merek .....   | 55 |
| Tabel 4. 10 Hasil Validitas Iklan.....   | 56 |
| Tabel 4. 11 Hasil Validitas Data Keputusan Pembelian .....   | 56 |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk .....   | 57 |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek .....   | 57 |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Iklan .....   | 58 |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....  | 58 |
| Tabel 4. 16 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov Test.....   | 60 |
| Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolinearitas .....  | 60 |
| Tabel 4. 18 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser.....  | 62 |
| Tabel 4. 19 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....  | 62 |
| Tabel 4. 20 Hasil Analisis Pengujian Hipotesis Uji Parsial .....   | 64 |
| Tabel 4. 21 Hasil Analisis Pengujian Hipotesis Uji Simultan.....   | 65 |
| Tabel 4. 22 Koefisien Determinasi .....  | 65 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|   |     |
|---|-----|
| LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN .....                   | 75  |
| LAMPIRAN 2 DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN .....           | 81  |
| LAMPIRAN 3 Uji Statistik Deskriptif.....                | 96  |
| LAMPIRAN 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabiliti .....    | 98  |
| LAMPIRAN 5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....                 | 100 |
| LAMPIRAN 6 HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA ..... | 102 |
| LAMPIRAN 7 HASIL UJI HIPOTESIS .....                    | 103 |
| LAMPIRAN 8 TABEL DISTRIBUSI.....                        | 104 |



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL