

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN VARIASI PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SCARLETT BODY*
LOTION (STUDI KASUS DI MEDAN HELVETIA
SEI SIKAMBING C II)**

SKRIPSI



Oleh :

HAMI IDA NOVITA NINGSI

NIM. 19.711.1366



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MIKROSKIL

MEDAN

2023

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE AND
PRODUCT VARIATION ON THE PURCHASE
DECISION OF SCARLETT BODY LOTION
(CASE STUDY IN HELVETIA MEDAN
SEI SIKAMBING C II)**



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

MEDAN

2023

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN VARIASI PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SCARLETT BODY
LOTION (STUDI KASUS DI MEDAN HELVETIA
SEI SIKAMBING C II)

SKRIPSI

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

Oleh :

HAMI IDA NOVITA NINGSI

NIM. 19.711.1366

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I,


(Nasrul Efendi, S.E., M.Si)

Medan, 10 Agustus 2023
Diketahui dan Disahkan Oleh :

Kepala Program Studi Manajemen

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

(Suci Pertiwi, 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 197111366

Nama : Hami Ida Novita Ningsi

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

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Citra Merek, Harga dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Scarlett Body Lotion* (studi kasus di Medan Helvetia Sei Sikambang C II)

Tempat Penelitian : Helvetia Sei Sikambang C II.

Alamat Tempat Penelitian : Jalan. Kapten Muslim, Jalan Jawa Medan

No. Telp Tempat Penelitian : 061-8459804

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya.** Bila kemudian 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, demikian 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 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 cetak 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,



Hami Ida Novita Ningsi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Citra Merek, Harga dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pembelian *Scarlett Body Lotion* (studi kasus di medan Helvetia Sei Sekambang C II) dengan teknik *purposive sampling* dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara online menggunakan *google form* terhadap 96 sampel yaitu pengguna *scarlett body lotion* di Medan Helvetia Sei Sikambang C II yang sudah pernah memakai *scarlett body lotion*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Pengujian secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa variabel *independent* Citra Merek dan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *scarlett body lotion* di Medan Helvetia Sei Sikambang C II, sedangkan variabel variasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian *scarlett body lotion* di Medan Helvetia Sei Sikambang C II. Hasil secara simultan (Uji F) yang menunjukkan bahwa ketiga variabel *independent* yaitu Citra Merek, harga dan variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *dependent* atau keputusan pembelian. Hasil pengujian koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) diperoleh sebesar sebesar 0,412, hal ini menunjukkan bahwa variabel citra merek, harga, dan variasi produk mampu menjelaskan keputusan pembelian pada produk *Scarlett Body Lotion* sebesar 41,2 % dan sisanya sebesar 58,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Citra_Merek, Harga, Variasi_Produk, Keputusan_Pembelian*

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

This study aims to identify and analyze the effect of brand image, price and product variety on purchasing decisions to purchase scarlett body lotion (a case study in Medan Helvetia Sei Sikambing C II) using a purposive sampling technique by distributing questionnaires online using the Google form to 96 samples, namely scarlett body lotion users in Medan Helvetia Sei Sikambing C II who have used scarlett body lotion. The data analysis method used in this study is multiple linear regression analysis. Partial testing (t test) shows that the independent variables Brand Image and Price have an effect on the Purchase Decision of scarlett body lotion in Medan Helvetia Sei Sikambing C II, while the product variation variables have no significant effect on the Purchase Decision of scarlett body lotion in Medan Helvetia Sei Sikambing C II. Simultaneous results (Test F) which show that the three independent variables namely Brand Image, price and product variety have a positive and significant effect on the dependent variable or purchase decision. The test results for the coefficient of determination (Adjusted R Square) were obtained at 0.412, this indicates that the variable brand image, price, and product variety can explain the purchase decision on the Scarlett Body Lotion product by 41.2% and the remaining 58.8% is influenced by factors others that were not examined in this study.

Keywords: Brand_Image, Price, Product_Variation, Purchase_Decision

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb Rasa syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia yang telah diberikan kepada hambanya, Tuhan semesta alam, Maha Adil dan Maha Bijaksana karena berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan sebuah karya tulis dengan judul "Pengaruh Citra Merek, Harga dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Scarlett Body Lotion* di Medan Helvetia Sei Sikambang C II" yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.

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

1. Bapak Nasrul Efendi, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I 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. Ibu Tya Wildana Hapsari, S.E., M.Si. selaku Dosen Pendamping Pembimbing yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, memberikan bimbingan dan arahnya serta motivasi yang berharga baik itu didalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Hardy, S.Kom., M.Sc., Ph.D selaku Rektor Universitas Mikroskil.
4. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil.
5. Ibu Suci Pertiwi, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil.
6. Ibu Purnaya Sari Tarigan, S.E., M.Si. selaku dosen wali yang sangat inspiratif.
7. Seluruh Staff dan Dosen Pengajar Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil yang telah banyak memberikan tambahan ilmu pengetahuan, motivasi dan bimbingan yang sangat berguna bagi peneliti.

8. Orang tua penulis, Bapak Sugito dan Ibu Siti Nurbaya yang telah membesarkan dan mendidik saya yang tak pernah lelah untuk selalu memberikan doa, dukungan dan kasih sayang serta perhatian yang tak terhingga. Abang penulis M. Iskandar Syahputra, S.P, Mukhlis Arifin, Triham Dani dan adik penulis Selvia Azzahara yang selalu memberikan doa dan dukungan sehingga skripsi dapat terselesaikan.
9. Responden penulis, saya ucapkan terima kasih atas waktu luang untuk mengisi kuesioner yang telah saya bagikan, berkat responden saya bisa mengolah data dan menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat penulis Fazlul Rahman S.Kom, Gloria Valentina S.M, Ayu Cecilia S.M, Ade Cynthia yang sangat saya cintai dan kasihi yang telah memberikan banyak doa, motivasi, semangat, penghiburan dikala diri sedang melemah dan telah meluangkan waktu untuk bertukar pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan ini.
11. 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.

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

Medan, 10 Agustus 2023

Penulis

Hami Ida Novita Ningsi

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Ruang Lingkup.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Originalitas Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	8
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2.1.3 Bauran Pemasaran	9
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	10
2.1.5 Citra Merek.....	14
2.1.6 Harga	17
2.1.7 Variasi Produk.....	21
2.2 Review Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Konseptual	29
2.4 Pengembangan Hipotesis	30
2.4.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.4.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.4.3 Variasi Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.4.4 Pengaruh Citra Merek, Harga dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Objek Penelitian	34
3.3 Metode Pengumpulan Data	34
3.3.1 Penelitian Lapangan.....	34

3.3.2 Studi Kepustakaan.....	36
3.4 Populasi dan Sampel	36
3.4.1 Populasi.....	36
3.4.2 Sampel.....	36
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	37
3.6 Metode Analisis Data	38
3.6.1 Statistik Deskriptif.....	38
3.6.2 Pengujian Kualitas Data	39
3.6.2.1 Uji Validitas	39
3.6.2.2 Uji Reliabilitas	40
3.6.3 Pengujian Asumsi Klasik	40
3.6.3.1 Uji Multikolonieritas.....	40
3.6.3.2 Uji Normalitas	40
3.6.3.3 Uji Heteroskedasitas	41
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	42
3.6.5 Pengujian Hipotesis	42
3.6.5.3 Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	42
3.6.5.2 Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	43
3.6.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Hasil Penelitian.....	45
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	45
4.1.2 Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	48
4.1.3 Gambaran Responden.....	49
4.1.4 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	52
4.1.5 Hasil Uji Kualitas Data.....	55
4.1.6 Hasil Uji Asumsi Klasik	59
4.1.7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	63
4.1.8 Hasil Uji Hipotesis	64
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	67
4.2.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	67
4.2.2 Pengaruh Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	68
4.2.3 Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	69
4.2.4 Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
5. 1 Kesimpulan.....	71

5. 2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN.....	76
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	111



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Brand Skincare</i> Lokal Terlaris	2
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	30
Gambar 4. 1 <i>Scarlett Body Lotion Romansa</i>	46
Gambar 4. 2 <i>Scarlett Body Lotion Freshy</i>	46
Gambar 4. 3 <i>Scarlett Body Lotion Happy</i>	47
Gambar 4. 4 <i>Scarlett Body Lotion Charming</i>	47
Gambar 4. 5 <i>Scarlett Body Lotion Jolly</i>	47
Gambar 4. 6 <i>Scarlett Body Lotion Loving</i>	48
Gambar 4. 7 <i>Scarlett Body Lotion Fantasia</i>	48
Gambar 4. 8 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	60
Gambar 4. 9 Pengujian Normal Probability Plot.....	61
Gambar 4. 10 Hasil Uji <i>Scatterplot</i> Uji Heteroskedastitas.....	62

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Review Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Skala <i>Likert</i>	35
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	37
Tabel 4. 1 Tingkat Pengembalian Kuesioner	48
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat	49
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Pendapatan Perbulan	52
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Citra Merek.....	52
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Harga	53
Tabel 4. 9 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Variasi Produk....	54
Tabel 4. 10 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Keputusan Pembelian.....	55
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	56
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	56
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Variabel Variasi.....	57
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	57
Tabel 4. 15 Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek	58
Tabel 4. 16 Uji Reliabilitas Variabel Harga.....	58
Tabel 4. 17 Uji Reliabilitas Variabel Variasi	59
Tabel 4. 18 Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 4. 19 Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
Tabel 4. 20 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnoc Test</i>	61
Tabel 4. 21 Hasil Uji <i>Glejser</i>	63
Tabel 4. 22 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	63
Tabel 4. 23 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Parsial (Uji t)	65
Tabel 4. 24 Pengujian Hipotesis Uji Simultan (Uji F)	66
Tabel 4. 25 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	76
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden.....	81
Lampiran 3 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	90
Lampiran 4 Hasil Pengolahan Data Spss.....	92
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	99
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	101
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis.....	102
Lampiran 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	103
Lampiran 9 Tabel Distribusi.....	104



UNIVERSITAS
MIKROSKIL