

**PENGARUH CITRA MEREK HARGA DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HAND AND BODY  
LOTION MEREK VASELINE**

(Studi Kasus pada AINI Swalayan Medokan Ayu Surabaya)

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**



**Disusun Oleh :**

**ANDREAN YUNITA I**

**NPM : 1342010100**

**KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWATIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA**

**2017**

**PENGARUH CITRA MEREK HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HAND AND BODY LOTION MEREK  
VASELINE (Studi Kasus pada AINI Swalayan Medokan Ayu Surabaya)**

**Disusun Oleh :**

**Andrean Yunita I**

**NPM. 1342010100**

**Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi**

**Menyetujui,  
Pembimbing Utama**

**Dra.Ety Dwi Susanti, MSi**  
**NIP. 1968050119943032001**

**Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

**DEKAN**



**Dr. Lukman Arif, M.Si**  
**NIP. 196411021994031001**

**PENGARUH CITRA MEREK HARGA DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HAND AND BODY  
LOTION MEREK VASELINE**

(Studi Kasus pada AINI Swalayan Medokan Ayu Surabaya)

Oleh :

**Andrian Yunita I**  
**NPM. 1342010100**

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal 24 Pebruari 2017

**PEMBIMBING**

**Dra.Ety Dwi Susanti, MSi**  
**NIP. 1968050119943032001**

**TIM PENGUJI**

1) Ketua

**Dra. Hj. Suparwati, MSi**  
**NIP. 195507181983022001**

2) Sekretaris

**Dra.Ety Dwi Susanti, MSi**  
**NIP. 1968050119943032001**

3) Anggota

**Dra. Lia Nirawati, M.Si**  
**NIP. 196009241993032001**

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

**Dr. Lukman Arif, M.Si**  
**NIP. 196411021994031001**

## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas Karunia dan Rahmat yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul yaitu “Pengaruh Citra Merek Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand And Body Lotion Merek Vaseline (Studi Kasus pada AINI Swalayan Medokan Ayu Surabaya)”. Skripsi ini disusun bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan yang harus ditempuh untuk mendapatkan gelar Sarjana Administrasi Bisnis Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulisan skripsi ini diharapkan dapat digunakan untuk menggali ilmu dan pengetahuan bersama. Berbagai upaya telah penulis lakukan untuk mendapatkan hal – hal penting dalam pembuatan skripsi ini, penulis berharap pembuatan skripsi ini dapat berguna bagi pembaca dan agar bermanfaat bagi kita semua, maka dari itu harapan penulis hanya satu semoga hasil penyelesaian dapat digunakan untuk keperluan pendidikan.

Dalam menyusun skripsi ini, penulis telah mendapat bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan motivasi, bimbingan, saran, serta dorongan moril baik secara langsung maupun tidak langsung sampai terselesainya penyusunan Skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Lukman Arif, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Dra. Sonja Andarini, M.Si selaku Koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Dra. Ety Dwi Susanti, Msi selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan masukan, nasihat, pengetahuan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
6. Orang Tua, saudara dan teman-teman saya yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, dan doa kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Serta bantuan dan dukungan pihak – pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu – persat

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis menghargai segala bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun karena hal itu sangat membantu dalam penyempurnaan Skripsi ini.

Surabaya, Febuari 2017

Penulis

## Daftar Isi

<b>Halaman Judul .....</b>	<b>I</b>
<b>Halaman Persetujuan .....</b>	<b>II</b>
<b>Halaman Pengesahan.....</b>	<b>III</b>
<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>IV</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>VI</b>
<b>Daftar Tabel .....</b>	<b>VIII</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>IX</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>XII</b>
<b>Bab I Pendahuluan.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
<b>Bab II Tinjauan Pustaka .....</b>	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.1.1 Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 Pemasaran .....	12
2.2.2.1 Pengertitan Pemasaran .....	12
2.2.2.2 Manajemen Pemasaran .....	13
2.2.2.3 Konsep Pemasaran.....	14
2.2.2.4 Bauran Pemasaran .....	16

2.2.3 Citra Merek .....	20
2.2.4 Harga .....	24
2.2.5 Kualitas Produk.....	29
2.2.6 Keputusan Pembelian.....	33
2.3 Kerangka Berfikir.....	45
2.4 Hepotesis .....	48
<b>Bab III Metode Penelitian .....</b>	<b>49</b>
3.1 Metode Analis Data.....	49
3.2 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel .....	49
3.2.1 Definisi Operasional Variabel.....	48
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	52
3.3 Populasi, Sample Dan Teknik Penarikan Sample .....	53
3.3.1 Populasi.....	53
3.3.2 Sample.....	53
3.3.3 Teknik Penarikan Sample .....	55
3.4 Pengumpulan Data .....	55
3.4.1 Jenis Data .....	55
3.4.2 Sumber Data.....	56
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.5 Analisi Data.....	56
3.5.1 Uji Kualitas Data.....	56
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	58
3.5.2.1 Ujiautorelasi.....	58

3.5.2.2 Multikolinieras.....	59
3.5.2.3 Heteroskedatitasitas .....	59
3.5.2.4 Normalitas .....	60
3.5.3 Teknik Analisis Dan Uji Hipotesis .....	61
3.5.3.1 Tenik Analisis (Regresi Linier Berganda).....	61
3.5.3.2 Uji Hipotesis .....	62
<b>Bab IV Hasil Dan Pembahasan.....</b>	<b>66</b>
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian Dan Penyajian Data .....	66
4.1.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	66
4.1.1.1 Gambaran Singkat Perusahaan .....	66
4.1.1.2 Sejarah Singkat Produk Hand And Body Lotion Vaseline.....	67
4.1.2 Penyajiaan Data.....	69
4.1.2.1 Karakteristik Responden .....	69
4.1.2.2 Variabel- Variabel Penelitian .....	70
4.2 Analisis Dan Pengujian Hipotesis.....	76
4.2.1 Analisis Validitas Dan Reliabilitas Intsrumen Penelitian .....	76
4.2.1.1 Uji Validitas.....	76
4.2.1.2 Uji Reliabilitas .....	77
4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	78
4.2.2.1 Autokolerasi.....	78
4.2.2.2 Multikolinieritas .....	79
4.2.2.3 Heterodastisita.....	80
4.2.2.4 Normalitas .....	81



4.2.3 Hasil Teknik Analisis .....	82
4.2.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	82
4.2.4 Pengujian Hipotesis .....	84
4.2.4.1 Uji F (Uji Silmutan).....	84
4.2.4.2 Uji T (Uji Parsial) .....	87
4.3 Pembahasan.....	93
<b>Bab V Kesimpulan Dan Saran .....</b>	<b>96</b>
5.1 Kesimpulan .....	96
5.2 Saran .....	97
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>XIV</b>
<b>Lampiran</b>	

## Daftar Tabel

Tabel 1.1 Top Brand Value 2015 .....	3
Tabel 1.2 Data Penjualan Hand And Body Vaseline Di Aini Swalayan .....	6
Tabel 4.1 Karakteristik Tingkat Usia .....	69
Tabel 4.2 Deskripsi Pekerjaan Responden.....	70
Tabel 4.3 Hasil Tanggapan Responden Variabel Citra Merek .....	71
Tabel 4.4 Hasil Tanggapan Responden Variabel Harga .....	72
Tabel 4.5 Hasil Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk .....	73
Tabel 4.6 Hasil Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	75
Tabel 4.7 Uji Validitas .....	76
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Dan Keputusan Konsumen .....	78
Tabel 4.9 Uji Autokorelasi.....	79
Tabel 4.10 Uji Multikolinieritas.....	80
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	83
Tabel 4.12 Uji F (Uji Silmultan).....	85
Tabel 4.13 Uji T (Uji Parsial) .....	87

## Daftar Gambar

Gambar 2.3 Kerangka Konseptual .....	46
Gambar 4.1 Variabel Dependen Keputusan Pembelian .....	81
Gambar 4.2 Hasil Normalitas.....	82
Gambar 4.3 Kurva Daerah Penerimaan Dan Penolakan $H_0$ Uji F.....	86
Gambar 4.4 Kurva Daerah Penerimaan Dan Penolakan $H_0$ Uji T Variabel X1....	89
Gambar 4.5 Kurva Daerah Penerimaan Dan Penolakan $H_0$ Uji T Variabel X2....	90
Gambar 4.6 Kurva Daerah Penerimaan Dan Penolakan $H_0$ Uji T Variabel X3....	92

**PENGARUH CITRA MEREK HARGA DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HAND AND BODY  
LOTION MEREK VASELINE**

**(Studi Kasus pada AINI Swalayan Medokan Ayu Surabaya)**

**Oleh:**

**Andrean Yunita I**

**1342010100**

**Pembimbing :**

**Dra.Ety Dwi Susanti, MSi**

**Abstrak**

Suatu perusahaan harus mampu mengembangkan suatu produk yang mencakup manfaat yang akan disampaikan pada konsumen. Salah satu produk yang perkembangan pasar dan semakin banyak inovasinya adalah hand and body lotion. Hand and body lotion yang cukup lama dan banyak peminatnya adalah hand and body lotion Vaseline. Hand and body lotion Vaseline memiliki kualitas produk yang sudah terkenal lama dengan manfaat yang diberikan oleh konsumen. Citra merek hand and body lotion Vaseline juga mampu membuat konsumen yakin terhadap hand and body lotion Vaseline. Harganya pun dapat bersaing dengan produk pesaing. Dari kualitas, citra merek, dan harga inilah mampu membuat konsumen untuk tetap mengkonsumsi Hand and body lotion Vaseline.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan sebanyak 97 responden dari konsumen yang membeli dan menggunakan hand and body lotion Vaseline di AINI Swalayan, Surabaya, Jawa Timur. Teknik analisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian adalah: Hasil uji F menunjukkan variabel citra merek( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), dan kualitas produk( $X_3$ ) berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil uji t menunjukkan variabel citra merek( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ), tidak dapat berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y). Sedangkan kualitas produk( $X_3$ ) berpengaruh parsial terhadap keputusan pembelian (Y).

***Kata Kunci :Citra Merek , Harga, Kualitas Produk, Dan Keputusan Pembelian***

**EFFECT OF PRICE AND BRAND IMAGE QUALITY PRODUCT  
PURCHASE DECISION ON HAND AND BODY LOTION BRAND**

**Vaseline**

**(Case Study on self AINI Medokan Ayu Surabaya)**

**By:**

**Andrean Yunita I**

**1342010100**

**Supervisors:**

**Dra.Ety Dwi Susanti, MSi**

**Abstract**

A company should be able to develop products that includes benefits that will be delivered to the consumer. One product market development and innovation are hand and body lotion. Hand and body lotion are quite old and many devotees hand and body lotion Vaseline. Hand and body lotion Vaseline have a quality product that is already well-known old and advantages provided by the consumer. Vaseline brand image of a hand and body lotion are also able to create consumer confidence in the hand and body lotion Vaseline. Prices can compete with competitors' products. Quality, brand image, and the price is able to make konsumen to continue eating Vaseline hand and body lotion.

This study uses a quantitative approach. The samples used were 97 respondents from consumers who buy and use hand and body lotion Vaseline in AINI Supermarket, Surabaya, East Java. mechanical engineering analysis using multiple linear regression analysis.

The results of this study are: the F test results indicate the variable of brand image ( $X_1$ ), price ( $X_2$ ), and the quality of the product ( $X_3$ ) effect simultaneously on purchasing decisions (Y) T test results indicate the brand image variables ( $X_1$ ), and price ( $X_2$ ), can not be berpengaruh majority of purchase decisions (Y) product quality. While ( $X_3$ ) partial influence on purchase decisions (Y).

***Keywords: Brand Image, Price, Quality Of Their Products, And The Purchase Decision***