

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA,
PROMOSI, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI
V-CHEN MEDICART CLINIC MADIUN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Memperoleh gelar Sarjana Strata 1



Diajukan Oleh:

Nama : Galuh Oktasari

NIM : 51411013

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA MADIUN
2015**

Skripsi berjudul

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
DI V-CHEN MEDICART CLINIC MADIUN**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Galuh Oktasari (NIM: 51411013)

Telah disetujui dan diterima baik oleh pembimbing skripsi Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Widya Mandala Madiun, guna melengkapi sebagian tugas dan
memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen

Madiun, 04 Januari 2016

Disetujui dan diterima baik oleh

Pembimbing I



Veronika Agustini S., S.E., M.Si.

Pembimbing II



Ardianus Laurens P., S.E., M.Sc.

Mengetahui,

Dekan

Fakultas Ekonomi

Unika Widya Mandala Madiun,



Dra. Dvah Kurniawati, M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen

Fakultas Ekonomi

Unika Widya Mandala Madiun,



Dra. Dvah Kurniawati, M.Si.

Skripsi berjudul




**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
DI V-CHEN MEDICART CLINIC MADIUN**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh
Galuh Oktasari (NIM: 51411013)

Telah dipertahankan di depan tim penguji dan dinyatakan telah memenuhi syarat
untuk diterima, guna melengkapi sebagian tugas dan memenuhi syarat-syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

Madiun, 28 November 2015

Tim Penguji Skripsi

1. Veronika Agustini S., S.E., M.Si. ()
Ketua
2. Dra.Dyah Kurniawati, M.Si. ()
Anggota
3. Vivi Ariyani., S.E., M.Si. ()
Anggota

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul : **Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk di *V-chen Medicart Clinic* Madiun** tidak memuat karya orang lain atau bagian karya orang lain, kecuali yang telah disebutkan dalam daftar pustaka selayaknya karya ilmiah.

Jikalau ternyata terbukti hasil jiplakan, dengan sendirinya skripsi saya batal, dan saya bersedia gelar keserjanaan saya dicabut dan hak saya sebagai mahasiswa ditiadakan.

Madiun, 04 Januari 2016



Galuh Oktasari

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Jangan pernah malu untuk maju, karena malu menjadikan kita takkan pernah mengetahui dan memahami segala sesuatu hal akan hidup ini.

Kesuksesan itu membutuhkan suatu proses.

Kupersembahkan karya ini untuk :

1. Tuhan Yang Maha Esa
2. Kedua Orang Tuaku Tercinta
3. Adikku Dyah Niken Novitasari
4. Keluarga besarku
5. Almamaterku serta Sahabatku

ABSTRAKSI

Persaingan usaha semakin berkembang pesat, hal itu bisa dilihat dari banyaknya jenis usaha yang muncul di pasaran. Usaha yang paling banyak didirikan salah satunya adalah usaha di bidang kecantikan. Banyak usaha kecantikan yang menawarkan berbagai produk kecantikan kepada para konsumennya, hal itu dilakukan dengan tujuan agar konsumen melakukan pembelian produk kecantikan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk di *V-chen Medicart Clinic* Madiun. Sampel dari penelitian ini berjumlah 100 responden. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner. Adapun teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *non probability sampling method*. Teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi uji reliabilitas dan uji validitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t menggunakan SPSS 17. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) variabel citra merek (X1) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai $t_{hitung} 1,251 < t_{tabel} 1,9845$, 2) variabel kualitas produk (X2) berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai $t_{hitung} 3,746 > t_{tabel} 1,9845$, 3) variabel harga (X3) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai $t_{hitung} 1,754 < t_{tabel} 1,9845$, 4) variabel promosi (X4) berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai $t_{hitung} 4,413 > t_{tabel} 1,9845$.

Kata kunci : citra merek, kualitas produk, harga, promosi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah, atas limpahan rahmat dan hidayahnya serta petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan judul pengaruh citra merek, kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk kecantikan di V-chen Medicart Clinic Madiun.

Penulisan laporan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Madiun. Penulisan skripsi ini tentunya tidak lepas dari doa, bantuan, dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu sebagai berikut:

1. Ibu Veronika Agustini, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing I yang telah sabar meluangkan waktu, memberikan petunjuk dan bimbingannya dalam menyusun skripsi ini hingga selesai.
2. Bapak Ardianus Laurens P., S.E., M.Sc. selaku dosen pembimbing II yang telah sabar meluangkan waktu, memberikan petunjuk dan bimbingannya dalam menyusun skripsi ini hingga selesai.
3. Ibu Dra. Dyah Kurniawati, M., Si. dan ibu Vivi Ariyani, S.E., M.Sc. selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan saran.
4. Manajer *V-chen Medicart Clinic* Lany Candra, dipl.cidesco. yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
5. Para konsumen *V-chen Medicart Clinic* yang telah bersedia mengisi kuesioner penelitian.

6. Bapak/ibu dosen yang telah memberikan ilmunya sehingga dapat menjadi bekal dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh karyawan khususnya petugas perpustakaan dan selaku TU manajemen atas pelayanannya yang sangat ramah dan baik selama ini.
8. Kedua orang tua yang selalu berdoa, memotivasi hingga saat ini
9. Diah Niken dan Rian Krisna yang selalu memberi motivasi selama ini.
10. Sahabat – sahabatku yang selama ini telah memberikan dukungan dan motivasi.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Akhir kata penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, penulis mengharapkan saran dan kritikan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Madiun 04 Januari 2016

Penulis,

Galuh Oktasari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ...	8
A. Telaah Teori	8
1. Keputusan Pembelian	8
a. Pengertian Pengambilan Keputusan Konsumen.....	8
b. Pendekatan Pengambilan Keputusan Konsumen.....	8
c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	9
2. Citra Merek	13
a. Pengertian Citra Merek	13
b. Faktor-Faktor Pendukung Citra Merek	13
c. Pengukuran Citra Merek.....	14

3. Kualitas Produk	15
a. Pengertian Kualitas Produk	15
b. Dimensi Kualitas Produk	15
4. Harga	17
a. Pengertian Harga.....	17
b. Penetapan Harga	17
c. Strategi Penyesuaian Harga	19
5. Promosi	19
a. Pengertian Promosi	19
b. Bauran Promosi	20
B. Pengembangan Hipotesis	22
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	22
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	22
3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	23
4. Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	23
C. Kerangka Konseptual Pemikiran	24
BAB III. METODE PENELITIAN	26
A. Desain Penelitian	26
B. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	26
1. Populasi	26
2. Sampel	27
3. Teknik Pengambilan Sampel	27
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	28
1. Variabel Penelitian	28
2. Definisi Operasional Variabel	28
a. Keputusan Pembelian	28
b. Citra Merek	29
c. Kualitas Produk	29
d. Harga	30
e. Promosi	30
D. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	31

E. Data dan Prosedur Pengumpulan Data	31
1. Data	31
2. Sumber data	31
F. Instrumen Penelitian dan skala pengukuran	32
G. Teknik Analisis Data.....	33
1. Uji Reliabilitas dan Validitas	33
a. Uji Reliabilitas	33
b. Uji Validitas	33
2. Uji Asumsi Klasik	34
a. Uji Normalitas	34
b. Uji Multikolinearitas.....	34
c. Uji Autokorelasi	35
d. Uji Heteroskedastisitas.....	35
3. Regresi Linier Berganda	36
4. Uji Hipotesis	37
BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Data Penelitian	39
1. Gambaran umum perusahaan	39
2. Data Hasil Penelitian	39
3. Karakteristik Responden.....	40
B. Hasil Penelitian.....	42
1. Uji Kualitas Data	42
a. Uji Reliabilitas	42
b. Uji Validitas	43
2. Uji Asumsi Klasik	45
a. Uji Normalitas.....	45
b. Uji Multikoloneritas.....	45
c. Uji Autokorelasi.....	46
d. Uji Heteroskedastisitas.....	47
3. Deskripsi Variabel Hasil Penelitian.....	47
4. Analisis Regresi Berganda.....	52

C. PEMBAHASAN	56
BAB V.KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
A. Kesimpulan.....	60
B. Implikasi manajerial.....	60
C. Keterbatasan Penelitian	61
D. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN KUESIONER	

DAFTAR TABEL

TABEL IV.1	Distribusi Kuesioner	39
TABEL IV.2	Karateristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
TABEL IV.3	Karateristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
TABEL IV.4	Karateristik Responden Berdasarkan Usia	41
TABEL IV.5	Karateristik Responden Berdasarkan.....	41
	Pengalaman Penggunaan Produk	
TABEL IV.6	Karateristik responden berdasarkan	42
	uang saku atau pendapatan	
TABEL IV.7	Hasil uji Reliabilitas.....	42
TABEL IV.8	Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	43
TABEL IV.9	Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	43
TABEL IV.10	Uji Validitas Variabel Harga	44
TABEL IV.11	Uji Validitas Variabel Promosi.....	44
TABEL IV.12	Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	44
TABEL IV.13	Hasil Uji Normalitas	45
TABEL IV.14	Hasil Uji Multikoloneritas	45
TABEL IV.15	Hasil Uji Autokorelasi	46
TABEL IV.16	Hasil Uji Heteroskedastisitas	47
TABEL IV.17	Rentang skala.....	47
TABEL IV.18a	Rata-rata tanggapan responden berdasarkan.....	48
	variabel citra merek	
TABEL IV.18b	Rata-rata tanggapan responden berdasarkan.....	49
	variabel kualitas produk	
TABEL IV.18c	Rata-rata tanggapan responden berdasarkan.....	50
	variabel harga	
TABEL IV.18d	Rata-rata tanggapan responden berdasarkan.....	50
	variabel promosi	
TABEL IV.18e	Rata-rata tanggapan responden berdasarkan.....	51
	variabel keputusan pembelian	
TABEL 19	Hasil uji regresi berganda	52

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR II.1	Kerangka pemikiran	25
GAMBAR III.1	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0	37
GAMBAR IV.1	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan	54
	Variabel Citra Merek X_1	
GAMBAR IV.2	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan	55
	Variabel Kualitas produk X_2	
GAMBAR IV.3	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan	55
	Variabel harga X_3	
GAMBAR IV.4	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan	56
	Variabel promosi X_4	