

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of brand image, advertising and product quality on purchasing decisions for users of Lifebouy bath soap. This research uses quantitative research methods. The data used in this research is primary data. Data collection techniques by distributing questionnaires and asking respondents to fill out the questionnaire. Each variable in the questionnaire was measured using a Likert scale from 1 to 4. The non-probability sampling method was used in selecting a sample consisting of 100 respondents using the Lifebouy bath soap. The data analysis tool used in this study uses multiple linear regression analysis. Data analysis techniques used include qualitative analysis and quantitative analysis consisting of instrument testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis and hypothesis testing. The data is processed with the help of the SPSS 22.0 for Windows program. The results of the analysis prove that the first hypothesis shows that brand image has a positive effect on purchasing decisions. The results of the analysis prove that the second hypothesis shows that advertising has a positive effect on purchasing decisions. The results of the analysis prove that the third hypothesis shows that product quality has a positive effect on purchasing decisions. The results of the analysis prove that the fourth hypothesis shows that brand image, advertising and product quality simultaneously have a positive influence on purchasing decisions.

Keywords: brand image, advertising, product quality, purchasing decisions.

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *brand image*, *iklan* dan *kualitas produk* terhadap *keputusan pembelian* pada pengguna sabun mandi lifebouy. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data dengan cara menyebar kuisisioner dan meminta responden untuk mengisi kuisisioner tersebut. Setiap variabel dalam kuisisioner diukur menggunakan skala likert dari skala 1 sampai dengan skala 4. Metode *non probability sampling* digunakan dalam melakukan pemilihan sampel yang terdiri dari 100 responden pengguna sabun mandi lifebouy tersebut. Alat analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Teknik analisis data yang digunakan antara lain analisis kualitatif dan analisis kuantitatif yang terdiri dari uji instrument, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Data diolah dengan bantuan program SPSS 22.0 *for Windows*. Hasil analisis membuktikan bahwa hipotesis pertama menunjukkan *brand image* berpengaruh positif terhadap *keputusan pembelian*. Hasil analisis membuktikan bahwa hipotesis ke dua menunjukkan *iklan* berpengaruh positif terhadap *keputusan pembelian*. Hasil analisis membuktikan bahwa hipotesis ketiga menunjukkan *kualitas produk* berpengaruh positif terhadap *keputusan pembelian*. Hasil analisis membuktikan bahwa hipotesis keempat menunjukkan *brand image*, *iklan* dan *kualitas produk* simultan mempunyai pengaruh positif terhadap *keputusan pembelian*.

kata kunci : *brand image*, *iklan*, *kualitas produk*, *keputusan pembelian*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH *CITRA MEREK, IKLAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN MANDI LIFEBOUY*”. Skripsi ini disusun sebagai syarat kelengkapan untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen (S-1) pada Program Studi Manajemen di Universitas Putra Bangsa (UPB) Kebumen. Tujuan penyusunan skripsi ini untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi *keputusan pembelian*.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapatkan selama perkuliahan dengan realitas kehidupan nyata khususnya dalam bidang penelitian ilmiah tentang pemasaran. Penulis sadar dalam menyusun skripsi masih terdapat banyak kekurangan yang perlu untuk dilakukan perbaikan sehingga adanya kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi memperbaiki karya tulis dimasa yang akan datang.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan baik secara fisik maupun moral dalam menyusun skripsi ini. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Muhammad Baehaqi, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sampai terselesaikannya skripsi saya ini dengan baik.
2. Ibu Turyani (Almh) dan Bapak Siswantoro (orangtua saya) dan saudari saya chovita kurniati yang senantiasa mendoakan dan memberikan semangat dalam menyusun skripsi ini.
3. Segenap dosen dan civitas Akademik Universitas Putra Bangsa (UPB) Kebumen yang telah membantu dalam menyusun skripsi ini.
4. Teman-teman seperjuangan dari kelas Manajemen Karyawan C (KSC) dan juga dari senior dan rekan kerja di Toserba Jadi Baru Kebumen yang

senantiasa memberikan semangat dan dukungan hingga terselesaikan skripsi saya.

5. Atika Nurvitasari, *last but no least*, ya! Diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karena telah berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang terbilang tidak mudah. Terimakasih sudah bertahan.
6. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini dari awal hingga akhir.

Semoga Allah SWT memberikan balasan atas kebaikan yang telah diberikan oleh semua pihak dalam membantu penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Semoga skripsi ini dapat menambah pustaka keilmuan dan bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Kebumen, Juni 2023

Penulis,

Atika Nurvitasari

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------------------------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL | Error! Bookmark not defined. |
| HALAMAN PERSETUJUAN | iii |
| HALAMAN BEBAS PLAGIARISME | v |
| MOTTO | vi |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vii |
| ABSTRACT | viii |
| ABSTRAKSI | ix |
| KATA PENGANTAR | ix |
| DAFTAR TABEL | xv |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 11 |
| 1.3. Batasan Masalah | 11 |
| 1.4. Tujuan Penelitian..... | 14 |
| 1.5. Manfaat Penelitian..... | 14 |
| BAB II | 15 |
| KAJIAN PUSTAKA | 15 |
| 2.1. Tinjauan Teori | 15 |
| 2.1.1. Keputusan Pembelian..... | 15 |
| 2.1.2. Citra Merek | 20 |
| 2.1.3. Kualitas Produk..... | 24 |

| | | |
|-------------------------------------|---|-----------|
| 2.1.4. | Iklan..... | 28 |
| 2.2. | Penelitian Terdahulu..... | 32 |
| 2.3. | Hubungan Antar Variabel..... | 35 |
| 2.4. | Model Empiris | 38 |
| 2.5. | Hipotesis | 39 |
| BAB III..... | | 40 |
| METODE PENELITIAN | | 40 |
| 3.1. | Objek dan Subjek Penelitian | 40 |
| 5.1.1 | 3.1.1. Obyek Penelitian | 40 |
| 5.1.2 | 3.1.2. Subyek Penelitian..... | 40 |
| 3.2. | Variabel Penelitian | 40 |
| 5.1.3 | 3.2.1. Variabel Dependen (Terikat)..... | 41 |
| 5.1.4 | 3.2.2. Variabel Independen (Bebas)..... | 41 |
| 3.3. | Definisi Operasional Variabel | 41 |
| 5.1.5 | 3.3.1. Variabel Independen (X)..... | 43 |
| 3.4. | Data dan Teknik Pengupulan Data | 45 |
| 3.5. | Populasi dan Sampel..... | 47 |
| 3.6. | Teknik Analisis..... | 48 |
| 3.7. | Alat Analisis Data..... | 49 |
| BAB IV | | 59 |
| ANALISIS DAN PEMBAHASAN..... | | 59 |
| 4.1 | Analisis Deskriptif..... | 59 |
| 5.1.6 | 4.1.1 Gambaran Umum | 59 |
| 5.1.7 | 4.1.2 Karakteristik Responden | 59 |
| 4.2 | Analisis Statistik..... | 68 |

| | | |
|-----------------------|---|-----------|
| 5.1.8 | 4.2.1 Uji Instrumen | 68 |
| 5.1.9 | 4.2.2 Uji Asumsi Klasik | 72 |
| 5.1.10 | 4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda..... | 76 |
| 5.1.11 | 4.2.4 Uji Hipotesis..... | 77 |
| 4.3 | Pembahasan | 81 |
| BAB V..... | | 84 |
| SIMPULAN | | 84 |
| 5.1 | Simpulan..... | 84 |
| 5.1.1 | Keterbatasan..... | 84 |
| 5.1.2 | Implikasi | 85 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1. 1 Top Brand Index Sabun Mandi tahun 2022 | 2 |
| Tabel 1. 2 Data Penjualan Sabun Mandi Lifebouy di Toserba Jadi Baru | 4 |
| Tabel 1. 3 Keputusan Pembelian pada Sabun Mandi di Kota Kebumen | 6 |
| Tabel 1. 4 Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Lifebuoy | 7 |
| Tabel 1. 5 Harga Sabun Mandi Tahun 2022 | 9 |
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu | 32 |
| Tabel 3. 1 Indikator dan Distribusi Variabel keputusan pembelian | 43 |
| Tabel 3. 2 Indikator dan Distribusi Variabel Citra Merek | 44 |
| Tabel 3. 3 Indikator dan Distribusi Variabel iklan | 44 |
| Tabel 3. 4 Indikator dan Distribusi kualitas produk | 45 |
| Tabel 3. 5 Skala Likerts | 47 |
| Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 65 |
| Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Kelompok Usia | 66 |
| Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pendidikan | 67 |
| Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan | 67 |
| Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image | 69 |
| Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Iklan | 69 |
| Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk | 70 |
| Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian | 70 |
| Tabel 4. 9 Hasil Uji Realibilitas | 71 |
| Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas Substruktural I | 73 |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas | 74 |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas | 75 |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda | 76 |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji Parsial (Uji t) | 78 |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji Simultab (Uji F) | 79 |
| Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R) | 80 |

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 - Kuesioner

LAMPIRAN 2 - Data Responden

LAMPIRAN 3 - Tabulasi Data Kuesioner

LAMPIRAN 4 - Hasil Uji Validitas

LAMPIRAN 5 - Hasil Uji Reliabilitas

LAMPIRAN 6 - Hasil Uji Asumsi Klasik

LAMPIRAN 7 - Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

LAMPIRAN 8 - Hasil Uji Hipotesis

LAMPIRAN 9 - Tabel r

LAMPIRAN 10 - Tabel t

LAMPRAN 11 - Tabel F