

HALAMAN MOTTO

“Meskipun ada hal sedih ataupun hal yang memberatkan, tak apa asal yang
bahagia lebih banyak”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan keikhlasan, kekuatan, dan kesabaran sehingga tugas akhir (skripsi) ini dapat terselesaikan. Tugas akhir (skripsi) ini penulis persembahkan kepada:

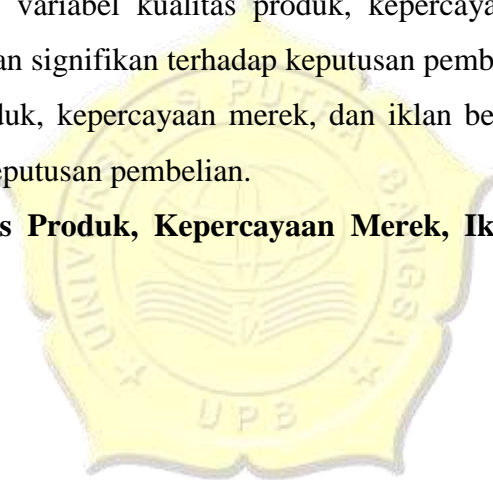
1. Keluarga terutama kedua orang tua serta adik yang selalu memberikan doa, kasih sayang, serta dukungan yang tiada henti, karenanya penulis dapat belajar dan termotivasi untuk menyelesaikan studi di Universitas Putra Bangsa.
2. Ibu Ika Neni Kristanti, S.E., M.Sc. selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan banyak masukan, arahan, dan bimbingan yang sangat bermanfaat atas penyusunan skripsi ini.
3. Dosen-dosen Universitas Putra Bangsa yang telah membantu melancarkan penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.
4. Seluruh teman-teman yang menjadi partner belajar baik di kelas maupun di luar kelas dan sebagai motivator dalam proses penulisan tugas akhir (skripsi) ini. Teman-teman yang sudah berbagi moment dan cerita.
5. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi dari awal hingga akhir yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Terima kasih atas kebersamaan dan dukungannya selama ini, semua civitas akademik Universitas Putra Bangsa Kebumen dan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi dari awal sampai akhir.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kepercayaan merek, dan iklan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kabupaten Kebumen, pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner pada 100 responden yang pernah membeli dan menggunakan *hand and body lotion* Nivea di Kabupaten Kebumen. Teknik analisis dalam penelitian ini dengan menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan program aplikasi komputer SPSS versi 25 *for windows*. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk, kepercayaan merek, dan iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan variabel kualitas produk, kepercayaan merek, dan iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

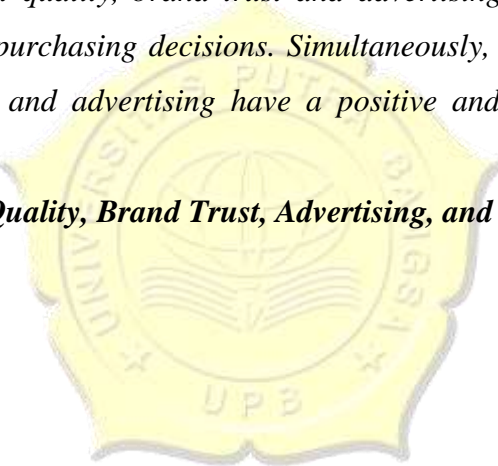
Kata Kunci: **Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, Iklan, dan Keputusan Pembelian**



ABSTRACT

This research aims to determine the influence of product quality, brand trust, and advertising on purchasing decisions. This research was conducted on the people of Kebumen Regency, data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 respondents who had purchased and used Nivea hand and body lotion in Kebumen Regency. The analysis technique in this research uses instrument tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis tests, hypothesis tests, and coefficient of determination. Data processing was carried out with the help of the SPSS version 25 for Windows computer application program. The results obtained in this research indicate that partially the variables product quality, brand trust and advertising have a positive and significant effect on purchasing decisions. Simultaneously, the variables product quality, brand trust, and advertising have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Brand Trust, Advertising, and Purchase Decisions



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, dan kesabaran dalam mengerjakan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HAND AND BODY LOTION NIVEA*”**.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memenuhi studi jenjang Sarjana Manajemen (S1), dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Putra Bangsa Kebumen. Dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari hambatan dan kesulitan, namun berkat bimbingan, bantuan, nasihat, dan saran serta kerjasama dari berbagai pihak khususnya pembimbing, segala hambatan tersebut akhirnya dapat diatasi dengan baik. Pada penulisan skripsi ini tentunya tidak lepas dari kekurangan baik aspek kualitas maupun aspek kuantitas dari materi penelitian yang disajikan. Semua ini didasarkan dari keterbatasan yang dimiliki penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kemajuan pendidikan di masa yang akan datang. Selanjutnya dalam penulisan skripsi ini penulis banyak diberi bantuan oleh berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis dengan tulus hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Ika Neni Kristanti, S.E., M.Sc. selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan banyak masukan, arahan, dan bimbingan yang sangat bermanfaat bagi penyusunan skripsi ini.
2. Keluarga terutama kedua orang tua serta adik yang selalu memberikan doa, kasih sayang, serta dukungan yang tiada henti.
3. Segenap dosen, karyawan, dan civitas akademik Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
4. JKT48 yang telah memberikan motivasi kepada penulis melalui lagu-lagunya.
5. Anisah, Rita, Fany, dan Nuha yang telah menjadi teman diskusi sepanjang penulisan skripsi ini.
6. Ica, Mika, Sofi, Navi, Heni, Apri, dan Rinda yang senantiasa menjadi penyemangat hingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan khususnya Manajemen Reguler B serta semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi dari awal hingga akhir yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Kebumen, 30 Januari 2024

Kusumaningrum Anggraheni Saputri
NIM. 205504261

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	13
1.5. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II.....	15
KAJIAN PUSTAKA.....	15
2.1. Tinjauan Teori	15

2.2.	Penelitian Terdahulu.....	32
2.3.	Hubungan Antar Variabel	41
2.4.	Model Empiris.....	44
2.5.	Hipotesis.....	45
BAB III		47
METODE PENELITIAN.....		47
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	47
3.2.	Variabel Penelitian	47
3.3.	Definisi Operasional Variabel	48
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	52
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.6.	Populasi dan Sampel	56
3.7.	Teknik Analisis.....	59
BAB IV		71
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		71
4.1.	Analisis Deskriptif.....	71
4.2.	Analisis Statistik.....	78
4.3.	Pembahasan	94
BAB V.....		97
SIMPULAN		97
5.1.	Simpulan.....	97
5.2.	Keterbatasan	98
5.3.	Implikasi.....	99
DAFTAR PUSTAKA		103
LAMPIRAN.....		109

DAFTAR TABEL

Tabel I-1	Top Brand <i>Hand and Body Lotion</i> Tahun 2023	3
Tabel I-2	Keputusan Pembelian <i>Hand and Body Lotion</i> Nivea.....	4
Tabel I-3	Data Penjualan <i>Hand and Body Lotion</i> Nivea.....	5
Tabel I-4	Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	6
Tabel II-1	Ringkasan Penelitian Terdahulu	38
Tabel III-1	Distribusi Variabel Keputusan Pembelian.....	49
Tabel III-2	Distribusi Variabel Kualitas Produk.....	50
Tabel III-3	Distribusi Variabel Kepercayaan Merek	51
Tabel III-4	Distribusi Variabel Iklan	51
Tabel IV-1	Distribusi Kuesioner.....	72
Tabel IV-2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Tabel IV-3	Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....	74
Tabel IV-4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	76
Tabel IV-5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	76
Tabel IV-6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	77
Tabel IV-7	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	79
Tabel IV-8	Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Merek	80
Tabel IV-9	Hasil Uji Validitas Variabel Iklan	80
Tabel IV-10	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	81
Tabel IV-11	Hasil Uji Reliabilitas	82
Tabel IV-12	Hasil Uji Kolmogorov-smirnov.....	84
Tabel IV-13	Hasil Uji Multikolinieritas.....	85

Tabel IV-14 Hasil Uji Glejser	87
Tabel IV-15 Hasil Uji Regresi	88
Tabel IV-16 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	90
Tabel IV-17 Hasil Uji Simultan (Uji F)	92
Tabel IV-18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	93



DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1	Proses Keputusan Pembelian	16
Gambar II-2	Model Empiris.....	45
Gambar IV-1	Hasil Uji P-Plot.....	83
Gambar IV-2	Hasil Uji Scatterplot	86



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Responden
- Lampiran 3 Tabulasi Kuesioner
- Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen
- Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6 Hasil Analisis Uji Hipotesis
- Lampiran 7 Tabel r
- Lampiran 8 Tabel t
- Lampiran 9 Tabel F
- Lampiran 10 Kartu Konsultasi Skripsi
- Lampiran 11 Kartu Tanda Seminar Proposal Skripsi

