

HALAMAN MOTTO

*SELAMAT MERAYAKAN SETIAP BABAK KEHIDUPAN ! PAHIT ATAU MANIS
NANTINYA MARI KITA SYUKURI DENGAN SUKA CITA.*



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa
2. Babeh dan mama tercinta yang tidak henti-hentinya mendukung saya baik secara moril dan materil dan yang pasti memberikan doa serta semangat kepada saya hingga saya berada di titik ini.
3. Ibu Indah Rohyani S.E.,M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar memberikan bimbingan, arahan serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
4. Adik saya Farhan Rizki, kakek, nenek dan keluarga besar saya yang telah memberikan doa dan juga dukungannya sehingga membuat saya lebih semangat dalam mengerjakan skripsi ini.
5. Temanku yang baik Anggun, Ipah, Filda, dan yang paling utama yaitu Dai (Panggilannya Sri) yang telah selalu menjadi tempat keluh kesah penulis serta selalu memotivasi penulis untuk tetap mengerjakan skripsi ini agar cepat selesai.
6. Sahabat-sahabat ku “Infone Lur” Ticul, Nini, Pinah, Septoy, Wati, Alpina yang menjadi tempat keluh kesah, memberikan canda tawa, dukungan dan support yang tiada henti dan yang pasti kenangan selama kuliah ini yang selalu membuat saya senang.
7. Teman-teman kelas dan kampus yang sudah berbagi momen dan cerita.
8. Almamaterku tercinta Universitas Putra Bangsa Kebumen dan Seluruh civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah memberikan saya banyak pengalaman dan pembelajaran.
9. Semua pihak yang membantu dalam menyelesaikan skripsi dari awal hingga akhir yang tidak dapat disebutkan satu per satu.
10. Yang terakhir saya ucapkan terimakasih kepada diri sendiri yang telah berjuang dan berusaha keras dari awal hingga akhir. Terimakasih telah percaya pada diri sendiri bahwa saya bisa melalui semua ini dan tetap

memutuskan untuk tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini walaupun banyak nya drama namun tetap berusaha mengerjakan.



ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image* dan *Perceived Quality* terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat di Kabupaten Kebumen, pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 133 responden pengguna Lipstik Wardah di Kabupaten Kebumen. Teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner. Analisis yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis linear berganda dan koefisien determinasi. Teknik analisa yang digunakan menggunakan program analisis *SPSS Versi 26 for Windows*. Hasil yang diperoleh dalam penelitian menunjukkan bahwa variabel *brand awareness*, *brand image* dan *perceived quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel *brand awareness* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel *brand image* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan variabel *perceived quality* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *brand awareness*, *brand image*, *perceived quality* dan keputusan pembelian



ABSTRACT

This research aims to test and analyze the influence of Brand Awareness, Brand Image and Perceived Quality on purchasing decisions. This research was conducted on the community in Kebumen Regency, data collection was carried out by distributing questionnaires to 133 respondents who used Wardah Lipstick in Kebumen Regency. The data collection technique is by distributing questionnaires. The analysis used is validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear analysis test and coefficient of determination. The analysis technique used uses the SPSS Version 26 for Windows analysis program. The results obtained in the research show that the variables brand awareness, brand image and perceived quality have a significant influence on purchasing decisions. The brand awareness variable has a significant positive effect on purchasing decisions, , the brand image variable has no effect on purchasing decisions and the perceived quality variable has a significant positive effect on purchasing decisions.

Keywords : brand awareness, brand image, perceived quality and purchasing decisions.



KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq, hidayah dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Brand Awareness, Brand Image, dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah*** (Studi pada Masyarakat di Kabupaten Kebumen)” dengan baik.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Strata-1 pada Program Studi Manajemen di Universitas Putra Bangsa Kebumen. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada :

1. Ibu Indah Rohyani, S.E.,M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran dan bantuan serta arahan yang sangat membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan motivasi dan do'a sehingga penulis mampu menyusun skripsi ini.
3. Segenap dosen dan staff Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah memberikan ilmu melalui kegiatan belajar mengajar.
4. Sahabat dan teman-teman semua yang selalu memberikan motivasi dan semangat.
5. Semua responden yang telah meluangkan waktu untk mengisi data kuesioner yang sangat diperlukan dalam keberlangsungan penulisan skripsi.
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penelitian ini, untk itu penulis tidak menutup diri akan kritik dan saran dari semua pihak. Semoga dengan selesainya penyusunan skripsi ini juga dapat membawa manfaat terutama bagi penulis dan semua pihak yang membutuhkannya.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAKSI.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	13
1.5. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	15
2.1. Tinjauan Teori.....	15
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	15

2.1.2.	<i>Brand Awareness</i>	20
2.1.3.	<i>Brand Image</i>	23
2.1.4.	<i>Perceived Quality</i>	27
2.2.	Penelitian Terdahulu	31
2.3.	Hubungan Antar Variabel	34
2.4.	Model Empiris	35
2.5.	Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN		38
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	38
3.2.	Variabel Penelitian	38
3.3.	Definisi Operasional Variabel	39
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	42
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data	45
3.6.	Populasi dan Sampel	47
3.7.	Teknik Analisis	49
3.8.	Alat Analisis Data	50
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		59
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan	59
4.2.	Analisis Deskriptif	62
4.3.	Analisis Statistik	65
4.4.	Pembahasan	79
BAB V SIMPULAN		84
5.1.	Simpulan	84
5.2.	Keterbatasan	85
5.3.	Implikasi	85

5.3.1 Implikasi Praktis	86
5.3.2 Implikasi Teoritis	87
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Indeks Lipstik Wardah.....	3
Tabel 1.2 Data Observasi Pada konsumen pengguna Lipstik Wardah di Kebumen4	
Tabel II.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel III.1 Indikator dan Distribusi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	40
Tabel III.2 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Brand Awareness</i> (X1).....	41
Tabel III.3 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Brand Image</i> (X2)	41
Tabel III.4 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Perceived Quality</i> (X3)	42
Tabel IV.1 Karakteristik Responden berdasarkan usia	63
Tabel IV.2 Karakteristik Responden berdasarkan pekerjaan.....	61
Tabel IV.3 Karakteristik Responden berdasarkan pendapatan	64
Tabel IV.4 Uji Validitas Variabel <i>Brand Awareness</i>	66
Tabel IV.5 Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	67
Tabel IV.6 Uji Validitas Variabel <i>Perceived Quality</i>	68
Tabel IV.7 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	69
Tabel IV.8 Uji Reliabilitas Variabel	70
Tabel IV.9 Uji Multikolinieritas	71
Tabel IV.10 Regresi Linear Berganda	75
Tabel IV.11 Uji Parsial (Uji T)	77
Tabel IV. 12 Uji Simultan (Uji F).....	79
Tabel IV.13 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Berpikir	36
Gambar IV.1 Uji Heteroskedastisitas.....	72
Gambar IV.2 Uji Normalitas.....	74



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	93
Lampiran II Data Responden	97
Lampiran III Tabulasi Kuesioner	101
Lampiran IV Hasil Uji Validitas	105
Lampiran V Hasil Uji Reliabilitas.....	108
Lampiran VI Hasil Uji Asumsi Klasik.....	109
Lampiran VII Hasil Uji Hipotesis	111
Lampiran VIII r Tabel.....	112
Lampiran IX t Tabel.....	113
Lampiran X f Tabel.....	114
Lampiran XI Kartu Konsultasi Skripsi	115
Lampiran XII Kartu Tanda Seminar Proposal Skripsi.....	116

