

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PERSEPSIAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KOSMETIK WARDAH**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PERCEIVED QUALITY
ON PURCHASING DECISIONS OF WARDAH
COSMETIC PRODUCTS***

SKRIPSI



Disusun Oleh:

**PIPIT NOVALIA
20120410131**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2015**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PERSEPSIAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KOSMETIK WARDAH**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PERCEIVED QUALITY
ON PURCHASING DECISIONS OF WARDAH
COSMETIC PRODUCTS***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana
pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

PIPIT NOVALIA
20120410131

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2015**

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PERSEPSIAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KOSMETIK WARDAH**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PERCEIVED QUALITY
ON PURCHASING DECISIONS OF WARDAH
COSMETIC PRODUCTS***

Diajukan oleh

PIPIT NOVALIA

20120410131



Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing

Dr. Siti Dyah Handayani, S.E., M.M.,
NIK : 143 012

Tanggal, 20 Februari 2015

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PERSEPSIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PERCEIVED QUALITY ON PURCHASING DECISIONS OF WARDAH COSMETIC PRODUCTS

Diajukan oleh

PIPIT NOVALIA

20120410131

Skripsi ini Telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

20 Maret 2015

Yang terdiri dari

Prof. Dr. Heru Kurnianto Tjahjono, M.M.,
Ketua Tim Penguji

Dr. Siti Dyah Handayani, S.E., M.M.,
Anggota Tim Penguji

Fauziah, S.E., M.Si.,
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dr. Nano Prawoto, M.Si.
NIK.19660604199202 143016

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : PIPIT NOVALIA

Nomor Mahasiswa : 20120410131

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini dengan judul “**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PERSEPSIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH**” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 20 Februari 2015

PIPIT NOVALIA

MOTTO

“ALLAH SWT akan meninggikan orang – orang yang beriman
diantaramu

dan orang – orang yang diberi ilmu pengetahuan dengan
beberapa derajat“.

(QS. Al- Mujadalah : 11)

“Dan jika kamu menghitung – hitung nikmat ALLAH SWT,
niscaya kamu tidak dapat menghitung jumlahnya“.

(QS. An –Nahl : 18)

“Wahai Tuhanku, kasihilah mereka keduanya, sebagaimana
mereka berdua telah mendidik aku waktu kecil“.

(QS. Al – Isra : 24)

Menuntut ilmu wajib atas tiap muslim baik muslimin
maupun muslimah.

(HR. Ibnu Majah)

Ilmu itu adalah cahaya yang menerangi dan memberi
manfaat.

Ilmu itu lebih dari harta, menjaga diri dan
meningkatkan derajat.

(Felixsiau)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa Syukur Alhamdulillah karya
tulisan ini kupersembahkan untuk :

- Kedua orang tua yang selalu memberikan kasih sayang, doa, bimbingan dan nasehat.
- Kakak dan adik tercinta yang selalu memberikan motivasi dan semangat.
- Sahabat dan teman – teman angkatan 2010 – 2014.
- Almamaterku tercinta.

INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh Citra merek dan kualitas persepsian terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah. Jumlah responden 100 dan obyek dalam penelitian ini adalah produk kosmetik Wardah. Alat analisis menggunakan Regresi Linier Berganda, uji F, uji t dan Koefisien Determinasi.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik merek Wardah. Kualitas persepsian pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik merek Wardah. Citra merek dan kualitas persepsian secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik merek Wardah.

Kata kunci : Citra merek, kualitas persepsian, keputusan pembelian produk kosmetik Wardah.

ABSTRACT

This research was conducted to analyze the influence of brand image and perceived quality on the purchasing decisions of Wardah cosmetic product . Number of samples were 100 respondents and the object of this research was Wardah cosmetic products. This study used Multiple Linear Regression analysis , F test , t test and the coefficient of determination.

Based on the analysis conducted , the obtained results that the brand image had significant positive influence on purchasing decisions of Wardah brand cosmetic products. Perceived quality had significant positive influence on purchasing decisions of Wardah brand cosmetic products. Brand image and perceived quality simultaneously had positive and significant influence on purchasing decisions of Wardah cosmetic products.

Keywords : brand image , perceived quality, purchasing decisions of Wardah cosmetic products .

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kasih sayang, rahmat dan karunia-Nya serta shalawat dan salam semoga senantiasa tetap tercurahkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, juga segenap keluarganya, sahabat, dan para pengikutnya yang Insya ALLAH kita termasuk didalamnya. Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Persepsian terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Dr. Nano Prawoto, SE, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dra. Retno Widowati Purnama Asri, M.Si. Ph.D., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, SE, M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan, bimbingan serta nasehat selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

5. Bapak dan Ibu Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu kritik, saran yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan-perbaikan kedepannya.

Yogyakarta, 20 Februari 2015

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A.Landasan Teori	8
1.Citra Merek.....	8
2. Kualitas Persepsian.....	12
3. Keputusan Pembelian	13

B. Penelitian Terdahulu	18
C. Hipotesis	19
D. Model Penelitian	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
A. Obyek dan Subyek penelitian	23
B. Jenis Data.....	23
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	23
D. Teknik Pengumpulan Data	25
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	26
F. Uji Kualitas Instrumen	27
1. Uji Validitas.....	27
2. Uji Reliabilitas.....	28
G. Uji Hipotesis.....	28
1. Deskriptif Statistik.....	28
2. Analisis Regresi Linear Berganda	29
3. Uji Parsial (Uji Statistik t)	30
4. Uji Simultan (Uji Statistik F).....	30
5. Koefisien Determinasi (R)	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	32
B. Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	34
C. Uji Kualitas Instrumen	38
D. Hasil Pengujian Statistik (Uji Hipotesis).....	40

E. Pembahasan	42
BAB V KESIMPULANDAN SARAN.....	46
A. Kesimpulan.....	46
B. Keterbatasan penelitian.....	47
C. Saran	47

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1.1	Product Quality Award Kosmetik 2014	4
3.1	Definisi Operasional Variabel	26
4.1.	Klasifikasi Kuesioner.....	34
4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Jurusan	35
4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	35
4.4	Deskripsi Pendapatan/Uang Saku Tiap Bulan	36
4.5	Deskripsi Pernah Tidaknya Responden Menggunakan Produk Kosmetik Merek Lain Selain Wardah.....	36
4.6	Deskripsi Lama Responden Menggunakan Produk Kosmetik Merek Wardah	37
4.7	Hasil Uji Validitas	38
4.8	Hasil Uji Reliabilitas.....	39
4.9	Hasil Uji t.....	40
4.10	Hasil Uji F	41
4.11	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	42

DAFTAR GAMBAR

2.1 Model Penelitian	22
----------------------------	----