

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN IKLAN TERHADAP
CITRA MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK EMINA**

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND ADVERTISING ON
BRAND IMAGE AND PURCHASE DECISIONS EMINA COSMETICS**



Oleh:

AYU FRITA DWI JAYANTI

20170410183

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2021

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN IKLAN TERHADAP
CITRA MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK EMINA**

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND ADVERTISING ON
BRAND IMAGE AND PURCHASE DECISIONS EMINA COSMETICS**

SKRIPSI

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



Oleh:

AYU FRITA DWI JAYANTI

20170410183

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2021**

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Ayu Frita Dwi Jayanti

Nomor Mahasiswa : 20170410183

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : **“ENGARUH KUALITAS PRODUK DAN IKLAN TERHADAP CITRA, MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK EMINA.”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak ada penelitian atau karya tulis yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 20 Januari 2021



Ayu Frita Dwi Jayanti

MOTTO

“ Maka Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”

(Q.S Asy-Syarh/94: 5-6)

“Sesungguhnya Allah tidak akan Mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri.”

(Q.S Ar-Ra'd:11)

PERSEMBAHAN

Dengan segala puji dan syukur atas rahmat Allah SWT yang telah memberikan kemudahan untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Terimakasih kepada seluruh pihak yang terlibat dalam proses penyelesaian tugas akhir ini. Terdapat banyak kendala yang terjadi dalam menyusun tugas akhir ini, namun tidak terlepas dari doa dan dukungan seluruh pihak yang terlibat dalam proses tugas akhir penulis. Tugas akhir ini penulis persembahkan untuk:

1. Orang yang sangat saya cintai yaitu kedua orang tua saya yakni Ibu Endang dan Bapak Catur yang telah memberikan dukungan dan doa tulus kepada saya.
2. Kedua saudara perempuan yang saya sayangi Kakak Dita Kusuma dan Adik Anisa Zuliana Utami yang telah memberikan bantuan dan dukungannya selama ini.
3. Terimakasih kepada sahabat masa sekolah saya hingga saat ini yaitu Devi, Firmanti, Firdhaussi, Dewi, Devika, Rasyid, Bang Krisna, Rina, Hendi, Rizki, Pipit, Ana, Anja dan Nadya yang menjadikan masa sekolah saya menjadi sangat menyenangkan.
4. Untuk teman-teman HIMAMA yang merubah segala ketakutan masa kuliah saya dan membuat saya menjadi pribadi yang jauh lebih baik dan bertanggung jawab. Terimakasih atas seluruh cerita bermaknanya.

KATA PENGANTAR

Assalamualikum Wr.Wb

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis mampu untuk menyelesaikan pembuatan laporan penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian kosmetik Emina”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana (S1), penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi perusahaan agar meningkatkan kualitasnya dan memberikan ide pengembangan bagi peneliti selanjutnya. Dalam penyusunan skripsi ini penulis telah melakukan usaha yang sebaiknya, akan tetapi karena keterbatasan penulis maka penulis memohon maaf apabila terdapat kekurangan dalam pembuatan laporan penelitian skripsi ini baik dalam susunan kata, kalimat maupun sistematika pembahasan yang terdapat dalam skripsi ini.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Dr. Susanto, M.S. yang dengan penuh kesabaran telah memberikan maukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.

3. Ayah dan Ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
4. Seluruh rekan Mahasiswa/i Program Studi Manajemen 2017, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang selalu mendukung selama masa perkuliahan maupun proses pembuatan skripsi berlangsung.
5. Semua pihak yang telah membantu penulis, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan tambahan ilmu bagi pembaca. Semoga pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi dapat dibalas dengan banyak kebaikan. Amin ya Rabbal'alamin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 20 Januari 2021

Penulis



Ayu Frita Dwi Jayanti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
<u>BAB I</u> PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	8
1. Manfaat teoritis.....	8
2. Manfaat praktis.....	8
<u>BAB II</u> TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Kualitas Produk.....	9
2. Iklan.....	11
3. Citra Merek.....	13
4. Keputusan Pembelian.....	14
B. Telaah Hasil Penelitian Terdahulu.....	16
C. Pengembangan Hipotesis.....	21
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Citra Merek.....	21

2.	Pengaruh Iklan terhadap Citra Merek.....	22
3.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	23
4.	Pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian.....	24
5.	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	25
D.	Model Penelitian	28
<u>BAB III METODE PENELITIAN</u>		30
A.	Objek dan Subjek Penelitian.....	30
1.	Objek Penelitian	30
2.	Subjek Penelitian.....	30
B.	Populasi,Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	31
C.	Jenis Data	32
D.	Teknik Pengumpulan Data	33
E.	Definisi Operasional Variabel Penelitian	34
F.	Uji Kualitas Instrumen	35
1.	Uji Validitas	35
2.	Uji Reliabilitas	36
G.	Uji Hipotesis dan Analisis Data	37
1.	Pengembangan model teoritis.....	37
2.	Menyusun diagram jalur (<i>Path diagram</i>)	38
3.	Mengubah diagram jalur menjadi persamaan struktural.	38
4.	Memilih matrik input untuk analisis data.	38
5.	Menilai identifikasi model.....	39
6.	Menilai Kriteria Goodness of Fit.....	39
7.	Interpretasi dan modifikasi model.	41
<u>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</u>		42
A.	Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	42
1.	Objek Penelitian	42
2.	Subjek Penelitian.....	42
B.	Uji Kualitas Instrumen	50
1.	Uji Validitas	50
2.	Uji Reliabilitas	52
C.	Hasil Penelitian	53

1. Analisis data <i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	53
2. Uji Hipotesis	62
D. Pembahasan.....	67
1. Kualitas produk terhadap citra merek	67
2. Iklan terhadap Citra Merek.....	68
3. Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	68
4. Iklan terhadap keputusan pembelian	69
5. Citra merek terhadap keputusan pembelian	70
6. Kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui citra merek	71
7. Iklan terhadap keputusan pembelian melalui citra merek	72
<u>BAB V</u> SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN.....	74
A. Simpulan	74
B. Keterbatasan Penelitian	75
C. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	<i>Top 5 Most Talked About Brands on Twitter 2017</i>	2
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1	Definisi Operasional.....	32
Tabel 3.2	<i>Goodness of fit</i>	38
Tabel 4.1	Karakteristik Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.2	Karakteristik Berdasarkan Penghasilan/Bulan.....	43
Tabel 4.3	Karakteristik Berdasarkan Tahun Angkatan.....	44
Tabel 4.4	Karakteristik Berdasarkan Fakultas.....	45
Tabel 4.5	Karakteristik Berdasarkan Perguruan Tinggi.....	47
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas.....	49
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4.8	Pengujian Identifikasi Model.....	54
Tabel 4.9	Penilaian Normalitas Data.....	55
Tabel 4.10	Hasil Uji Outliers.....	57
Tabel 4.11	<i>Goodness of fit index</i>	59
Tabel 4.12	Hasil Output <i>Regression Weights</i>	60
Tabel 4.13	Hasil <i>Standardized Direct Effects</i>	61
Tabel 4.14	Hasil <i>Standardized Indirect Effects</i>	61
Tabel 4.15	Hasil Uji Hipotesis.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	26
Gambar 4.1	52
Gambar 4.2	52
Gambar 4.3	57
Gambar 4.4	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner karakteristik responden.....	77
Lampiran 2	Tabulasi Data.....	83
Lampiran 3	Karakteristik Responden.....	87
Lampiran 4	Uji Validitas.....	90
Lampiran 5	Uji Reliabilitas.....	91
Lampiran 6	Model Penelitian Struktural.....	92
Lampiran 7	Identifikasi Model.....	93
Lampiran 8	Uji Normalitas.....	93
Lampiran 9	Uji Outliers.....	94
Lampiran 10	Kriteria <i>goodness of fit</i>	98
Lampiran 11	Uji Hipotesis.....	9

