

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

(Studi pada Mahasiswi UMY Pelanggan Kosmetik Merek Emina)

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, AND ADVERTISING ON
BRAND IMAGE AND PURCHASE DECISION EMINA BRAND
BEAUTY PRODUCT***

(Study on Students of UMY Cosmetics Brand Emina Customers)



Disusun Oleh:

Ossy Silviany Riswana

(20180410277)

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

2022

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

(Studi pada Mahasiswi UMY Pelanggan Kosmetik Merek Emina)

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, AND ADVERTISING ON
BRAND IMAGE AND PURCHASE DECISION EMINA BRAND
BEAUTY PRODUCT***

(Study on Students of UMY Cosmetics Brand Emina Customers)

SKRIPSI

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



Disusun Oleh:

**OSSY SILVIANY RISWANA
20180410277**

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

2022

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Ossy Silviany Riswana

NIM : 20180410277

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Kampus : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Judul Skripsi: PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN IKLAN TERHADAP CITRA MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN MEREK EMINA

(Studi pada Mahasiswi UMY Pelanggan Kosmetik Merek Emina)

Menyatakan bahwa tidak ada karya yang diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak ada penelitian atau karya tulis yang pernah ditulis, kecuali yang secara tertulis telah diacu pada penelitian ini dalam Daftar Pustaka. Jika dalam penelitian ini terdapat pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia penelitian ini dibatalkan.

Yogyakarta, 10 Februari 2022



Ossy Silviany Riswana

PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmatNya, hidayah dan semua yang telah diberikan kepada penulis beserta keluarga dan saudara lainnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi. Dengan kerendahan hati maka skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Keluarga tercinta dari penulis, yaitu Ayahanda Riswan, Ibunda Suhenah, Adik tercinta Thania Neshia Riswana, sepupu- sepupu saya tercinta, dan seluruh keluarga besar dari Ayahanda dan Ibunda yang sudah support saya. Penulis ingin mengungkapkan rasa terimakasih yang sebanyakbanyaknya atas doa, dukungan dan motivasi kalianlah semua ini dapat tercapai
2. Teman seperjuangan menuju S.E yaitu Marlina, Ely, Agustyaning Putri yang selalu memberikan bantuan dikala susah dan senang selama mengerjakan skripsi dan selalu memberikan semangat. Terima kasih bimbingan dan semangatnya yang tiada henti sampai saat ini.
3. Teman-temanku ISDA 21 secara keseluruhan yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu. Terimakasih atas kebersamaan nya yang telah menemani hidupku dari awal merantau di tanah Yogyakarta.
4. Sahabatku Nusaibah Mar'atus sholihah, Marlina dan Wiwik Rahayu teman hidup yang telah menemani saat susah dan senang dari awal di tanah Yogyakarta.

5. Sahabat TWICE Yuli, Farni, dan Wiwik Rahayu yang selalu menjadi tempat pulang dan berkeluh kesah dan selalu memberikan bantuan dikala susah dan senang. Penulis mengucapkan rasa terimakasih yang sebesarbesarnya karena telah bersedia menemani dan mendampingi saat ini.
6. Sahabat penulis yaitu Wiwik Rahayu, Marlina, Rihadatul Aisyi, Dea Azka Ramadhanti, Bunga Bestari Putri, Hanifah Sholilah, Lathifah Hurul Aini, Jahidah Farhati, Shoffiya Amalia Firdaus, Muhammad Faqih Abdussalim, dan Nadia Salsabila yang selalu mensupport penulis hingga sampai saat ini. Terima kasih semangat yang tiada henti sampai saat ini.
7. Teman-teman kelas Manajemen “G” angkatan 2018 secara keseluruhan yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu. Terima kasih support yang telah diberikan selama ini.
8. Teman-teman Manajemen angkatan 2018 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atas kebersamaannya, tetap semangat dan berjuang untuk meraih masa depan.
9. Seluruh pihak yang telah memberi semangat, dukungan, kemudahan serta bantuan dan semangat kepada penulis untuk proses penyelesaian tugas akhir skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Merek Emina”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam mengambil keputusan dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bimbingan dari beberapa pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, SE, M.Sc., M.Si, Ph.D., Ak., CA.selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan kepada para mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan untuk para mahasiswa Manajemen.

3. Ibu Hasnah Rimiwati, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan dan bekal ilmu selama masa perkuliahan yang Insya Allah akan bermanfaat hingga mati.
5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis topik ini.

Yogyakarta, 10 Februari 2022



Ossy Silviana Riswana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
1. Manfaat Teoritis	9
2. Manfaat Praktis.....	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Persepsi Kualitas Produk.....	10

2. Iklan.....	11
3. Citra Merek.....	13
4. Keputusan Pembelian.....	15
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	19
C. Pengembangan Hipotesis.....	31
D. Model Penelitian.....	36
BAB III.....	37
METODE PENELITIAN.....	37
A. Objek dan Subjek Penelitian.....	37
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	37
D. Teknik Pengumpulan Data.....	38
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	39
1. Variabel Penelitian.....	40
2. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	40
F. Uji Kualiditas Instrumen.....	42
a. Uji Validitas.....	42
b. Uji Reliabilitas.....	43
G. Metode Analisis Data.....	44
a. Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	44
b. Penguji Hipotesis.....	45
c. Uji Asumsi SEM.....	45
d. Teknik analisis data.....	46
BAB IV.....	49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian.....	49
1. Gambaran Objek Penelitian.....	49
2. Subjek dan Hasil Pengumpulan Data.....	50
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	56

1. Uji Validitas	56
2. Uji Reliabilitas.....	58
C. Statistik Deskriptif	59
D. Hasil Penelitian (Uji Penelitian).....	63
1. Pembahasan Model Berdasarkan Teori	63
2. Menyusun Diagram Alur (<i>Path Diagram</i>)	64
3. Konversi Diagram Alur ke dalam Persamaan Struktural	64
4. <i>Input Matriks</i> dan Estimasi Model	65
5. Identifikasi Model Struktural	68
6. Menilai Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	69
E. Pengujian Hipotesis.....	70
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN.....	80
A. SIMPULAN	80
B. Keterbatasan Penelitian.....	82
C. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1 Defisi Operasional Variabel penelitian.....	41
Tabel 4.1 Karakteristik Fakultas.....	51
Tabel 4.2 Karakteristik tahun angkatan.....	52
Tabel 4.3 Karakteristik Usia Responden.....	53
Tabel 4.4 Karakteristik Asal Provinsi Responden.....	53
Tabel 4.5 Karakteristik Produk Yang digunakan.....	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas setelah di Eleminasi.....	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Kualitas Produk.....	60
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Iklan.....	61
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek.....	62
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	62
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas.....	66
Tabel 4.14 Nilai batas <i>Mahalonobis Distance</i>	67
Tabel 4.15 Hasil Uji Outliers.....	68
Tabel 4.16 <i>Notes for Model</i>	68
Tabel 4.17 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i>	69
Tabel 4.18 Hubungan Antar Variabel.....	70
Tabel 4.19 Hasil <i>Output Standardized Direct Effect</i>	73
Tabel 4.20 Hasil <i>Output Standardized Indirect Effect</i>	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	36
Gambar 4.1 <i>Diagram Path</i>	64
Gambar 4.2 Persamaan Struktural	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisisioner	90
Lampiran 2. Tabulasi Data Responden.....	93
Lampiran 3 Karakteristik Responden	101
Lampiran 4 Uji Validitas	103
Lampiran 5 Uji Reliabilitas	105
Lampiran 6 Uji Deskriptif	105
Lampiran 7 Uji Normalitas Data	107
Lampiran 8 Uji Outlier	108
Lampiran 9 <i>Degree Of Freedom</i>	109
Lampiran 10 <i>Goodness Of Fit</i>	109
Lampiran 11 Hubungan Antar Variabel	111
Lampiran 12 Hasil <i>Output Standardized Direct Effect:</i>	111
Lampiran 13 Hasil <i>Output Standardized Indirect Effect:</i>	111

