



**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
PEMBERSIH WAJAH POND'S**

(Studi pada Mahasiswa S1 Universitas Diponegoro)

SKRIPSI

**Disusun sebagai syarat menyelesaikan Pendidikan Strata 1
Departemen Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun

REZA EKA ARDIANSYAH

14030118130140

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2023

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama Lengkap : Reza Eka Ardiansyah
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14030118130140
3. Tempat / Tanggal Lahir : Semarang, 29 Juli 2000
4. Program Studi : Administrasi Bisnis
5. Alamat : Jl. Bukit Menur IV/360.A RT 006 RW 020
Sendangmulyo, Kec. Tembalang, Kota
Semarang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang saya tulis berjudul:

**Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan
Pembelian Produk Pembersih Wajah Pond's (Studi pada Mahasiswa S1
Universitas Diponegoro)**

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20%. Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Dengan surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 29 Maret 2023

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Prof. Dr. Ari Pradhanawati, M.S.

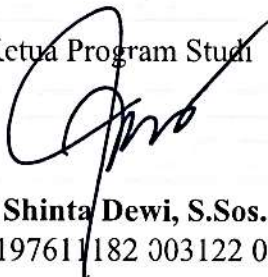
NIP. 196105011 987102 0 01

Pembuat Pernyataan



Reza Eka Ardiansyah

Ketua Program Studi



Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si.

NIP. 197611182 003122 0 05

*) Lampirkan dokumen hasil uji Turnitin yang menunjukkan uji kemiripan <20%

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah Pond's (Studi pada Mahasiswa S1 Universitas Diponegoro)**

Nama Penyusun : Reza Eka Ardiansyah

NIM : 14030118130140

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Semarang, 29 Maret 2023

Dekan



Prof. Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T.
NIP. 19640827 199001 1 001

Wakil Dekan I



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol. Admin
NIP. 19690822 199403 1 003

Dosen Pembimbing

1. Prof. Dr. Dra. Ari Pradhanawati, M.S.
2. Agung Budiarmo, S.Sos., M.M.

Dosen Penguji Skripsi

1. Dr. Priyotomo, S.Sos., M.M.
2. Agung Budiarmo, S.Sos., M.M.
3. Prof. Dr. Dra. Ari Pradhanawati, M.S.



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Hiduplah seakan kamu mati besok, belajarlh seakan kamu hidup selamanya.”

(Mahatma Gandhi)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Orang tua tercinta, Ayah dan Ibu saya yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan setiap saat.
2. Saudara-saudara saya yang ikut serta memberikan doa, dukungan, dan semangat, khususnya dalam menyusun laporan skripsi ini.
3. Bapak Robetmi Jumpakita Pinem, S.AB, MBA selaku dosen wali pertama saya, (Alm) Bapak Dr. Widiartanto, S.Sos., M.AB dan Bapak Dr. Priyotomo, S.Sos., M.M. selaku dosen wali pengganti saya, yang selalu memberi dukungan dan bantuan lainnya baik dalam perkuliahan maupun di luar perkuliahan.
4. Dosen pembimbing saya, Bapak Drs. Handojo Djoko Waloejo, M.Si, Prof. Dr. Dra. Ari Pradhanawati, M.S., dan Bapak Agung Budiarmo, S.Sos., M.M. yang selalu membimbing saya dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Administrasi Bisnis yang telah membantu penulis selama menempuh pendidikan perkuliahan.
6. Teman-teman SMP dan SMA yang selalu hadir menghibur saya dan ikut serta memberi dukungan selama saya menempuh pendidikan perkuliahan.
7. Teman-teman “GH” khususnya pemilik rumah, Bartolomeus Adhika, yang telah membantu saya dalam menyediakan tempat, waktu, suasana, dan kenangan yang tak terlupakan selama di perkuliahan.
8. Teman-teman Administrasi Bisnis 2018 lainnya yang telah menemani perkuliahan hingga saat ini.

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PEMBERSIH WAJAH POND'S
(Studi pada Mahasiswa S1 Universitas Diponegoro)**

ABSTRAK

Perusahaan perlu menaikkan citra dan membuat produk yang mempertimbangkan kualitas yang baik supaya meningkatkan tingkat keputusan pembelian. Keputusan pembelian yang tinggi dapat dipengaruhi oleh citra merek dan kualitas produk yang baik sesuai dengan harapan konsumen. Namun, tidak semua merek pembersih wajah seperti Pond's mampu mempertahankan citra merek dan kualitas produknya yang baik sehingga performa merek dan penjualan produk menurun.

Penelitian kuantitatif dengan tipe *explanatory research*, yang mana penelitian yang dilakukan agar dapat mengetahui alasan dibalik terjadinya sesuatu hal dan apa yang mempengaruhi terjadinya hal tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 Universitas Diponegoro yang pernah membeli dan menggunakan produk pembersih wajah Pond's dan sampel yang diambil peneliti sebanyak 100 responden dengan metode analisis data penelitian ini menggunakan SPSS versi 25.

Hasil penelitian ini adalah adanya pengaruh signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian, adanya pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian, dan adanya pengaruh signifikan antara citra merek dan kualitas produk secara bersamaan terhadap keputusan pembelian. Adapun saran dari penelitian ini adalah memberikan kesan positif kepada konsumennya dengan membuat komposisi produk yang cocok untuk segala jenis kulit.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk Produk, Keputusan Pembelian

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON
PURCHASING DECISIONS OF POND'S FACIAL CLEANSING
PRODUCTS**
(Study on Undergraduate Students of Diponegoro University)

ABSTRACT

Companies need to improve their image and make products that consider good quality in order to increase the level of purchasing decisions. High purchasing decisions can be influenced by good brand image and product quality in accordance with consumer expectations. However, not all facial cleansing brands such as Pond's are able to maintain a good brand image and product quality so that brand performance and product sales decline. Quantitative research with the type of explanatory research, which is research conducted in order to find out the reasons behind something happening and what influences it to happen. The population in this study were undergraduate students at Diponegoro University who had bought and used Pond's facial cleansing products and 100 respondents were taken as samples by the researcher. The data analysis method used in this research was SPSS version 25. The results of this study are that there is a significant influence between brand image on purchasing decisions, there is a significant influence between product quality on purchasing decisions, and there is a significant influence between brand image and product quality simultaneously on purchasing decisions. The suggestion from this research is to give a positive impression to consumers by making product compositions that are suitable for all skin types.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, Purchasing Decision*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada tuhan Yang Maha Esa atas nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah Pond’s (Studi pada Mahasiswa S1 Universitas Diponegoro)**” sebagai salah satu syarat untuk memenuhi Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro. Skripsi ini tidak dapat selesai tanpa bantuan pihak-pihak yang ada di sekitar penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
2. (Alm) Dr. Widiartanto, S.Sos., M.AB selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
3. Robetmi Jumpakita Pinem, S.AB, MBA selaku dosen wali yang telah memberi kesempatan dan dukungan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
4. Drs. Handojo Djoko Waloejo, M.Si yang sebelumnya selaku dosen pembimbing I, Prof. Dr. Dra. Ari Pradhanawati, M.S sebagai dosen pembimbing I dan Agung Budiarmo, S.Sos., M.M. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu dan telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi.
5. (Alm) Dr. Widiartanto, S.Sos., M.AB dan Dr. Priyotomo, S.Sos., M.M. selaku dosen penguji sekaligus dosen wali baru yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.

7. Seluruh responden atas ketersediaannya mengisi kuesioner yang telah saya berikan.
8. Berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu dan tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kesalahan dan kekurangan dalam penyusunan skripsi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat berguna bagi pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya.

Semarang, 29 Maret 2023

Penulis



Reza Eka Ardiansyah

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Kegunaan Penelitian	12
1.5 Kerangka Teori	13
1.5.1 Perilaku Konsumen	13
1.5.2 Citra Merek	14
1.5.3 Kualitas Produk	20
1.5.4 Keputusan Pembelian	25
1.6 Pengaruh Antar Variabel	29
1.6.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	29
1.6.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	29
1.6.3 Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	30
1.7 Penelitian Terdahulu	31
1.8 Hipotesis Penelitian	32
1.9 Definisi Konsep	33
1.9.1 Citra Merek (X ₁).....	34

1.9.2	Kualitas Produk (X_2)	34
1.9.3	Keputusan Pembelian (Y)	34
1.10	Definisi Operasional	34
1.10.1	Citra Merek	35
1.10.2	Kualitas Produk	35
1.10.3	Keputusan Pembelian	36
1.11	Metodologi.....	37
1.11.1	Tipe Penelitian.....	37
1.12	Populasi dan Sampel.....	38
1.12.1	Populasi	38
1.12.2	Sampel.....	38
1.12.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	38
1.13	Sumber Data	41
1.13.1	Data Primer	41
1.13.2	Data Sekunder	41
1.14	Metode Pengumpulan Data.....	42
1.15	Metode Pengolahan Data.....	43
1.16	Skala Pengukuran	44
1.17	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	45
1.17.1	Teknik Analisis Data	46
1.17.2	Pengujian Hipotesis.....	51

BAB II GAMBARAN UMUM POND'S DAN IDENTIFIKASI

RESPONDEN	56
2.1 Sejarah Perusahaan.....	56
2.1.1 Sejarah PT Unilever	56
2.1.2 Sejarah Perusahaan PT Unilever Indonesia	57
2.2 Pembagian Bisnis PT Unilever Indonesia.....	60
2.3 Visi dan Misi	60
2.3.1 Visi	62
2.3.2 Misi	62

2.4 Logo Perusahaan	63
2.5 Struktur Organisasi Perusahaan	66
2.6 Pond's.....	78
2.7 Identitas Responden.....	81
2.7.1 Jenis Kelamin.....	81
2.7.2 Usia	82
2.7.3 Tahun Masuk Akademik.....	83
2.7.4. Fakultas	84
2.7.5 Uang Saku per Bulan	85
2.7.6 Pembelian Produk	86
2.7.7 Produk Pembersih Wajah Pond's Pilihan Responden.....	87

**BAB III PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PEMBERSIH**

WAJAH POND'S (Studi pada Mahasiswa S1 Universitas Diponegoro) ...88

3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	88
3.1.1 Uji Validitas	89
3.1.2 Uji Reabilitas.....	92
3.2 Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian	94
3.2.1 Persepsi Responden terhadap Citra Merek.....	94
3.2.2 Persepsi Responden terhadap Kualitas Produk	99
3.2.3 Persepsi Responden terhadap Keputusan Pembelian	104
3.3 Analisis Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	109
3.3.1 Koefisien Korelasi Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	109
3.3.2 Koefisien Determinasi Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian..	110
3.3.3 Analisis Regresi Linear Sederhana Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	111
3.3.4 Uji t.....	112
3.4 Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	114
3.4.1 Koefisien Korelasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .	114

3.4.2	Koefisien Determinasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	115
3.4.3	Analisis Regresi Linear Sederhana Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	116
3.4.4	Uji t.....	118
3.5	Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	120
3.5.1	Koefisien Korelasi Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	120
3.5.2	Koefisiensi Determinasi Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	121
3.5.3	Analisis Regresi Linear Berganda Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	122
3.5.4	Uji Statistik (F).....	123
3.6	Pembahasan	127
3.6.1	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	127
3.6.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	129
3.6.3	Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	131
BAB IV PENUTUP		134
4.1	Kesimpulan	134
4.2	Saran	136
DAFTAR PUSTAKA		140
LAMPIRAN.....		142

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Bersih dan Net Sales Growth Produk Pembersih Wajah Pond's PT Unilever Indonesia	6
Tabel 1.2	Top Brand Index (TBI) Pembersih Wajah Pond's	8
Tabel 1.3	Daftar Penelitian Terdahulu	31
Tabel 1.4	Data Sampel Mahasiswa S1 Universitas Diponegoro.....	40
Tabel 1.5	Interpretasi Koefisien Korelasi.....	48
Tabel 2.1	Tabel Pembagian Bisnis PT Unilever Indonesia.....	60
Tabel 2.2	Simbol-simbol Vitalitas pada Logo Unilever.....	64
Tabel 2.3	Jenis Kelamin	81
Tabel 2.4	Usia Responden.....	82
Tabel 2.5	Tahun Masuk Akademik	83
Tabel 2.6	Fakultas Responden.....	84
Tabel 2.7	Uang Saku per Bulan.....	85
Tabel 2.8	Pembelian Produk Per Bulan.....	86
Tabel 2.9	Varian Produk Pembersih Wajah Pond's	87
Tabel 3.1	Uji Validitas Citra Merek	90
Tabel 3.2	Uji Validitas Kualitas Produk	91
Tabel 3.3	Uji Validitas Keputusan Pembelian	92
Tabel 3.4	Uji Reliabilitas Variabel.....	93
Tabel 3.5	Kategorisasi Variabel Citra Merek.....	96
Tabel 3.6	Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Citra Merek	97
Tabel 3.7	Kategorisasi Variabel Kualitas Produk	101
Tabel 3.8	Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk	102
Tabel 3.9	Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian	106
Tabel 3.10	Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian.....	107
Tabel 3.11	Koefisien Korelasi Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	109

Tabel 3.12 Koefisien Determinasi Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	110
Tabel 3.13 Analisis Regresi Linear Sederhana Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	111
Tabel 3.14 Koefisiensi Korelasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	115
Tabel 3.15 Koefisiensi Determinasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	116
Tabel 3.16 Analisis Regresi Linear Sederhana Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	117
Tabel 3.17 Koefisiensi Korelasi Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	120
Tabel 3.18 Analisis Regresi Linear Berganda Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	122
Tabel 3.19 Uji F Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	124

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Penelitian	33
Gambar 1.2 Kurva Uji t	52
Gambar 1.3 Kurva Uji F	54
Gambar 2.1 Logo Unilever	63
Gambar 2.2 Stuktur Organisasi PT Unilever Indonesia Tbk	66
Gambar 3.1 Kurva Uji Hipotesis 1 (<i>One Tail</i>)	113
Gambar 3.2 Kurva Uji Hipotesis 2 (<i>One Tail</i>)	119
Gambar 3.3 Kurva Uji Hipotesis 3	126