

**MODEL MENINGKATKAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA KESADARAN MEREK DAN
PERSEPSI KUALITAS MELALUI MODERASI NILAI
PELANGGAN**

(Studi Mahasiswa Pengguna Kosmetik Wardah di Universitas Islam Sultan Agung)

Skripsi

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Mencapai derajat Sarjana S1

Program Studi Manajemen



Disusun Oleh:

Rika Mulia

Nim : 30401612308

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEMARANG
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi

MODEL MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KESADARAN MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS MELALUI MODERASI NILAI PELANGGAN

(Studi Mahasiswa Pengguna Kosmetik Wardah di Universitas Islam Sultan Agung)

Disusun oleh :

RIKA MULIA

NIM : 30401612308

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat
Diajukan dihadapan sidang panitia ujian skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 9 Maret 2020

Pembimbing



Prof. Dr. Hj. Wuryanti, MM
NIK. 210487013

HALAMAN PENGESAHAN

**MODEL MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA KESADARAN MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS
MELALUI MODERASI NILAI PELANGGAN**

(Studi Mahasiswa Pengguna Kosmetik Wardah di Universitas Islam Sultan Agung)

Disusun oleh :

Rika Mulia

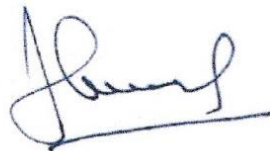
NIM : 30401612308

Telah dipertahankan didepan penguji

Pada Tanggal, 28 Februari 2020

Pembimbing

Penguji I



Prof. Dr. Hj. Wuryanti, MM
NIK. 210487013



Dr. H. Moch Zulfa, MM
NIK. 210486011

Penguji II



Dr. H. Asyhari, SE, MM
NIK. 210491022

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi Tanggal, 28 Februari 2020



Ketua Program Studi Manajemen

Digitally signed
by ardian

Date: 2020.04.18
22:30:36 +07'00'

Dr. H. Ardian Adhiatma, SE, MM
NIK. 210499042

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rika Mulia

NIM : 30401612308

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **“MODEL MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KESADARAN MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS MELALUI MODERASI NILAI PELANGGAN”** diajukan untuk diuji pada tanggal 28 Februari 2020 adalah hasil karya saya. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara mengambil atau meniru kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat dari penulis lain. Yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya selain itu saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Saya bersedia menarik skripsi yang saya ajukan, apabila terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain yang seolah-olah tulisan saya sendiri. Saya bersedia bila gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas dibatalkan.

Semarang, 9 Maret 2020

Yang memberi pernyataan



Rika Mulia
NIM. 30401612308

HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO

Motto

Jika kamu tidak bisa menjadi orang yang pintar dan cerdas, maka jadilah orang yang rajin dan orang yang pekerja keras, sebab orang yang pintar sering dikalahkan oleh mereka yang rajin, dan orang yang cerdas sering dikalahkan oleh mereka yang pekerja keras (Penulis)

Jika kamu tak tahan lelahnya belajar, maka kamu akan menanggung perihnya kebodohan (Imam Syafi'i)

Persembahan

Pertama,

Skripsi ini akan saya persembahkan kepada kedua Orang Tua yang Saya cintai (Achmad Jumadi & Siti Murni) yang sudah membesarkan dan Mendidik saya sehingga menjadi seperti sekarang ini, dan menjadi motivasi saya dalam menyelesaikan amanat beliau

Kedua,

Kepada kakak dan adik saya yang aku cintai
(Elly Rahmawati dan Septya Ramadhani)
yang telah memberikan semangat dan dukungan terhadap saya, sebuah puji syukur karena dapat menyelesaikan perkuliahan tepat waktu

Ketiga,

Untuk seluruh guru TK, SD, SMP, SMA dan dosen yang telah mendidik saya ibarat jam dinding yang terus bekerja walaupun tak jarang dilihat namun senantiasa memberi manfaat bagi orang sekekelingnya

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan anugerah serta melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. *Shalawat* serta *salam* yang tiada putusnya senantiasa penulis kirimkan kepada nabi *Muhammad Shalallahu 'Alaihi Wasallam* yang merupakan nabi akhiruzzaman, yang telah membuka dan mengantarkan nilai-nilai *ilahiyyah* dan jalan keselamatan kepada umat manusia yang merupakan panutan bagi seluruh umat muslim diseluruh dunia takter kecuali penulis, yang menjadi pedoman bagaimana bersikap dan berperilaku, sehingga skripsi dengan judul **MODEL MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KESADARAN MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS MELALUI MODERASI NILAI PELANGGAN (Studi Mahasiswa Pengguna Kosmetik Wardah di Universitas Islam Sultan Agung)**

Skripsi ini disusun dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program Strata Satu (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Selama penyusunan skripsi, penulis mendapatkan bimbingan, arahan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Wuryanti, MM selaku dosen pembimbing yang telah sabar mengarahkan dan meluangkan waktunya untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Prof. Hj. Olivia Fachrunisa, SE, Msi, Ph. D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Bapak Dr. H. Ardian Adhiatma, SE, MM selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang sudah memberikan pelajaran serta motivasi dan dinamika keilmuan.

5. Kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan baik materil maupun non materil.
6. Teman-teman senasib dan seperjuangan Manajemen angkatan 2016, yang senantiasa saling memberikan dukungan, semangat dan doa.
7. Sahabat-sahabat yang saya sayangi, Putri Indah Ayu Sari, Wiwit Widayanti, dan Ratna Novitasari, terima kasih atas semangat dan dukungan kalian selama ini.
8. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi dari awal hingga akhir yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena masih terdapat, kekurangan. Untuk itu penulis dengan senang hati dan bijaksana menerima segala saran dan kritik yang sifatnya memabngun untuk perbaikan ilmu pengetahuan dimasa yang akan datang. Akhir kata dari penulis mengucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Semarang, 21 Februari 2020

Rika Mulia

INTISARI

Penelitian ini membahas tentang kosmetik wardah dalam model meningkatkan keputusan pembelian pada kesadaran merek dan persepsi kualitas melalui moderasi nilai pelanggan. Pada dasarnya kesadaran merek adalah kemampuan seorang pelanggan dalam mengenali bagian merek produk yang mencerminkan identifikasi kualitas merek dari berbagai ragam merek lainnya sebagai identitas penting dalam menilai suatu produk tersebut. Sedangkan persepsi kualitas adalah sebuah tanggapan konsumen terhadap sesuatu kualitas yang terdapat dalam merek baik berupa keunggulan produk yang berkaitan dengan tujuan yang diinginkan konsumen dibandingkan dengan hal-hal yang tidak diinginkan. Kemudian nilai pelanggan adalah penilaian secara keseluruhan terhadap manfaat dan kegunaan produk berdasarkan nilai yang diperoleh dari pelanggan baik apa yang diterima dan yang diberikan produk dengan biaya-biaya untuk memperoleh nilai produk tersebut. Kemudian keputusan pembelian adalah suatu proses pembelian melalui berbagai tahapan keputusan pembelian yang mencakup pemilihan merek produk yang akan dibeli konsumen maupun tidak melakukan proses pembelian keputusan.

Berdasarkan kajian teori tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan keputusan pembelian pada kosmetik wardah. Pertanyaan penelitian ini adalah (a) bagaimana pengaruh kesadaran merek terhadap nilai pelanggan? (b) bagaimana pengaruh persepsi kualitas terhadap nilai pelanggan? (c) bagaimana pengaruh kesadaran merek terhadap keputusan

pembelian? (d) bagaimana pengaruh persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian? (e) bagaimana pengaruh nilai pelanggan terhadap keputusan pembelian?

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna kosmetik wardah di Universitas Islam Sultan Agung . jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden, metode pengambilan sampel adalah "*Purposive Sampling*". Teknik analisis penelitian ini menggunakan program analisis SPSS. berdasarkan pengujian hipotesis dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa tidak berpengaruh signifikan antara kesadaran merek terhadap nilai pelanggan, ada pengaruh signifikan antara persepsi kualitas terhadap nilai pelanggan, tidak berpengaruh signifikan antara kesadaran merek terhadap keputusan pembelian, ada pengaruh signifikan antara persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian dan tidak berpengaruh signifikan antara nilai pelanggan terhadap keputusan pembelian.