

**PENGARUH IKLAN, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK KAYU PUTIH
KONICARE DI SEMARANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana S1**

Program Studi Manajemen



Disusun Oleh :

PUTRI EKA RIYANI

Nim : 042099941

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEMARANG
2017**

**Halaman Pengesahan
Skripsi**

**PENGARUH IKLAN, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK KAYU PUTIH
KONICARE DI SEMARANG**

Disusun Oleh :
PUTRI EKA RIYANI
Nim : 042099941

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

Semarang, September 2017

Pembimbing,



Dra. Sri Ayuni, MSi

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Sultan Agung Semarang

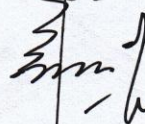
Tanggal : September 2017

Pembimbing



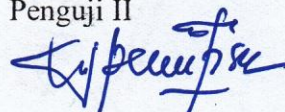
(Dra. Sri Ayuni, MSi)

Penguji I



(Drs. H. Noor Cholis, MM)

Penguji II



(Zaenudin, SE, MM)

Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : PUTRI EKA RIYANI
Nim : 042099941

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul: “ **PENGARUH IKLAN, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK KAYU PUTIH KONICARE DI SEMARANG**” dan diajukan untuk diuji pada tanggal September 2017, 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 atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau 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.

Dosen Pembimbing



Dra. Sri Ayuni, MSi

Semarang, September 2017
Yang memberi pernyataan



Putri Eka Riyani

ABSTRAKSI

Persaingan yang semakin pesat, membuat konsumen semakin kritis dan pandai memilih dan menilai suatu produk dan pada akhirnya akan memutuskan pembelian terhadap produk tersebut, untuk itu pihak perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang tepat untuk dapat memenangkan persaingan tersebut. Tujuan dalam penelitian ini adalah : untuk menguji dan menganalisis pengaruh iklan dan kualitas produk terhadap citra merek Minyak Kayu Putih Konicare. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh iklan, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian Minyak Kayu Putih Konicare.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian minyak kayu putih Konicare di ADA Swalayan Siliwangi Semarang dan pernah melihat iklan minyak kayu putih Konicare, adapun sampel yang di peroleh dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* adalah sebanyak 96 responden. Jenis data yang dipergunakan adalah data primer, dengan menggunakan metode pengumpulan data kuesioner. Alat analisis yang dipergunakan adalah path analysis.

Hasil pengujian di peroleh hasil : Iklan berpengaruh positif terhadap citra merek dan keputusan pembelian. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap citra merek dan keputusan pembelian. Citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Citra merek bukan merupakan variabel intervening di antara pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian. Citra merek bukan merupakan variabel intervening di antara pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Iklan, Kualitas Produk, Citra Merek dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Competition is increasingly rapid, making consumers more critical and clever to choose and assess a product and will eventually decide the purchase of the product, for that the company must have the right marketing strategy to win the competition. The objectives of this research are: to test and analyze the influence of advertisement and product quality on Konicare White Wood Carbon brand image. To test and analyze the effect of advertising, product quality and brand image on the purchase decisions of Konicare White Wood Oil.

The population in this study were consumers who purchased Konicare eucalyptus oil at ADA Swalayan Siliwangi Semarang and had seen the advertisement of Konicare's eucalyptus oil, while samples obtained by purposive sampling technique were 96 respondents. The type of data used is primary data, using data collection method questionnaire. The analytical tool used is path analysis.

Test results in getting results: Ads have a positive effect on brand image and purchase decisions. Product quality positively affects brand image and purchasing decisions. Brand image positively affects purchasing decisions. Brand image is not an intervening variable between the effect of advertising on purchasing decisions. Brand image is not an intervening variable between the effect of product quality on purchasing decisions.

Keywords: Ads, Product Quality, Brand Image and Purchase Decision

MOTTO DAN PERSEMBAHAN
MOTTO

“Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu, dan sesungguhnya yang demikian itu adalah berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyu”

(Qs. Al Baqoroh:45)

“ sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila telah selesai (urusan dunia) bersungguh- sungguhlah (dalam beribadah). Dan hanya kepada Tuhan-Mu lah ber harap”

(Qs. Al Insyirah: 6-8)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya atas segala nikmat yang diberikan untuk penulis. Nabi Muhammad SAW yang memberikan teladan kepada seluruh umatnya, dimana mendorong penulis untuk selalu ingin menjadi orang yang lebih baik lagi. Sehingga tiada alasan bagi penulis untuk berhenti bersyukur “Alhamdulillah Alhamdulillah Alhamdulillah” karena dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH IKLAN, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK KAYU PUTIH KONICARE DI SEMARANG”**.

Penulisan skripsi ini merupakan kewajiban untuk melengkapi tugas serta syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Dengan keberhasilan tersusunnya skripsi ini penulis menyadari telah banyak mendapatkan pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak yang telah dengan ikhlas membantu sampai penyusunan skripsi ini selesai. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Hj. Olivia Fachrunnisa, SE, M.Si, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Bp Dr. H. Hendar, SE., MSi, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

3. Ibu Dra. Sri Ayuni, MSi, selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar memberikan bimbingan, saran, petunjuk dan selalu meluangkan waktunya dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Seluruh dosen pengajar, staff, serta karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan ilmu pengetahuan sebagai dasar penulis untuk dapat menyusun skripsi ini.
6. Keluargaku, terutama Ibu dan saudaraku terimakasih atas segala doa, dukungan, cinta, dan kasih sayang yang diberikan kepada penulis selama ini.
7. Semua pihak yang telah membantu tersusunnya skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah memberikan bantuan dan motivasi.

Semoga Allah berkenan membalas budi baik semua pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan, petunjuk, dan bimbingan kepada penulis, sehingga tersusun skripsi ini. Penulis berharap semoga hasil penulisan ini dapat bermanfaat bagi pembaca maupun pihak yang berkepentingan.

Semarang, September 2017

Penulis

Putri Eka Riyani

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAKSI	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Keputusan Pembelian	7
2.1.2 Citra Merek	11
2.1.3 Iklan	13

2.1.4	Kualitas Produk	16
2.2	Pengembangan Hipotesis.....	19
2.2.1	Pengaruh Iklan Terhadap Citra Merek	19
2.2.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Merek	20
2.2.3	Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.2.4	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian ..	22
2.2.5	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian ..	23
2.3	Kerangka Pikir	24

III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian	25
3.2	Populasi dan Sampel	26
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	27
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	27
3.5	Definisi Operasional	28
3.6	Uji Instrumen Penelitian	29
3.7	Alat Analisis	30

IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Responden	36
4.1.1	Umur Responden	36
4.1.2	Jenis Kelamin Responden	37
4.2	Analisis Kualitatif	37
4.2.1	Variabel Iklan	38
4.2.2	Variabel Kualitas Produk	40
4.2.3	Variabel Citra Merek	41
4.2.4	Variabel Keputusan Pembelian	42
4.3	Analisis Kuantitatif	44

4.3.1 Uji Validitas	44
4.3.2 Uji Reliabilitas	45
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	45
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	49
4.3.5 Goodness of Fit	50
4.3.6 Pengujian Hipotesis (Uji t)	53
4.3.7 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	56
4.4 Pembahasan	57
4.4.1 Pengaruh Iklan Terhadap Citra Merek	57
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Merek	58
4.4.3 Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	59
4.4.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	60
4.4.5 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	64
V PENUTUP	
5.1 Simpulan	63
5.2 Saran	64

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 3.1	Penjualan Minyak Kayu Putih Konicare di Semarang Tahun 2012-2016	3
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	28
Tabel 4.1	Umur Responden.....	36
Tabel 4.2	Jenis Kelamin Responden.....	37
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Tentang Variabel Iklan	39
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Tentang Variabel Kualitas Produk	40
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Tentang Variabel Citra Merek	41
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Tentang Variabel Keputusan Pembelian	43
Tabel 4.7	Uji Pengujian Validitas	44
Tabel 4.8	Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.9	Uji Multikolinearitas	47
Tabel 4.10	Hasil Regresi Berganda Model 1	49
Tabel 4.11	Hasil Regresi Berganda Model 2	50
Tabel 4.12	Uji F Model Regresi 1	51
Tabel 4.13	Uji F Model Regresi 1	51
Tabel 4.14	Koefisien Determinasi Model Regresi I.....	52
Tabel 4.15	Koefisien Determinasi Model Regresi 1	53

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	8
Gambar 2.2 Kerangka Pikir	24
Gambar 4.1 Uji Normalitas	46
Gambar 4.2 Heteroskedastisitas	48
Gambar 4.3 Analisis Path	56