

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI PRODUK PARFUM
AXE PT. UNILEVER INDONESIA DI SUPERINDO CABANG
CIMANGGIS, DEPOK**

TUGAS AKHIR

Vieri Ganendra Santoso

203402516188



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS NASIONAL

JAKARTA

2024

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI PRODUK PARFUM
AXE PT. UNILEVER INDONESIA DI SUPERINDO CABANG
CIMANGGIS, DEPOK**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional**



Oleh:

Vieri Ganendra Santoso

203402516188

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS NASIONAL

JAKARTA

2024

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya segala pernyataan dalam skripsi yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI PRODUK PARFUM AXE PT. UNILEVER INDONESIA DI SUPERINDO CABANG CIMANGGIS, DEPOK

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Skripsi ini pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.



Jakarta, Desember 2023

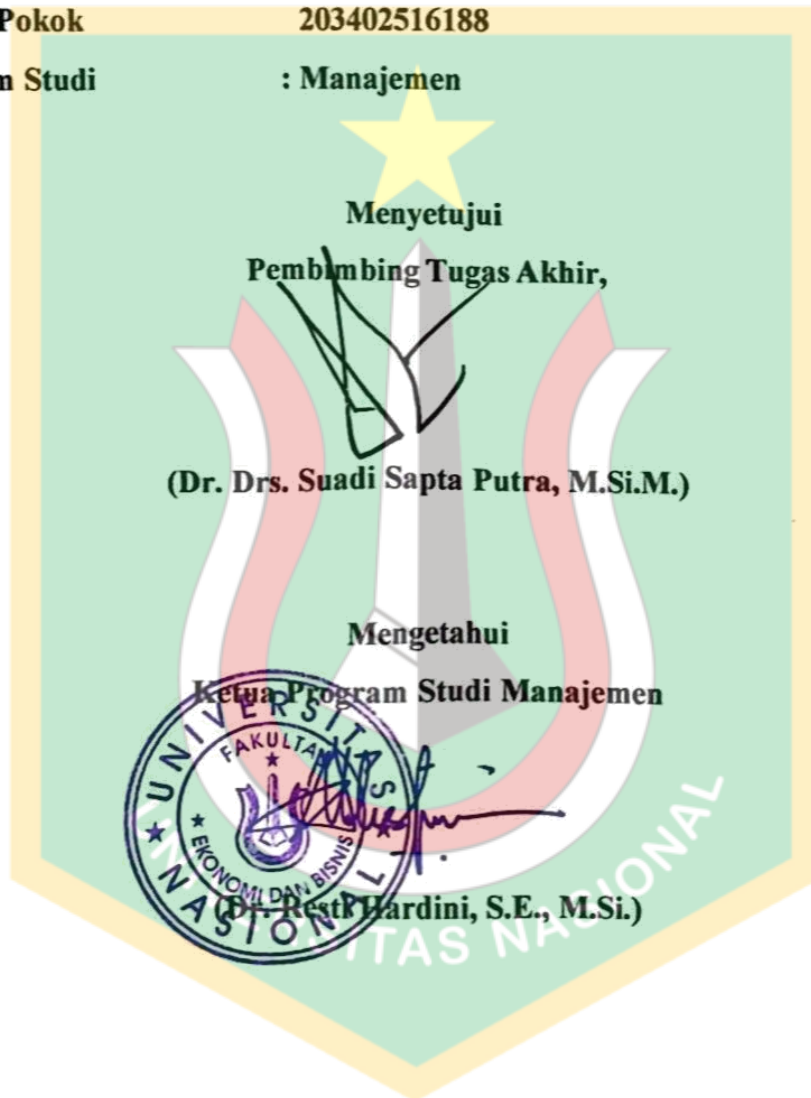
LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI PRODUK PARFUM AXE PT. UNILEVER INDONESIA DI SUPERINDO CABANG CIMANGGIS, DEPOK**

Nama Mahasiswa : **Vieri Ganendra Santoso**

Nomor Pokok : **203402516188**

Program Studi : **Manajemen**



Jakarta, 29 Februari 2024

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI PRODUK PARFUM AXE PT. UNILEVER INDONESIA DI SUPERINDO CABANG CIMANGGIS, DEPOK**

Nama Mahasiswa : **VIERI GANENDRA SANTOSO**

Nomor Pokok : **203402516188**

Program Studi : **MANAJEMEN**

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui,

Pembimbing Tugas Akhir

(Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M)

Ketua Penguji,

Anggota/Penguji

(Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.)

(Dr. Herry Krisnandi, S.E., M.M.)

Mengetahui,

Dekan



(Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.)

Jakarta, 29 febuari 2024

Tanggal lulus : 29 febuari 2024

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI PRODUK PARFUM AXE PT. UNILEVER INDONESIA DI SUPERINDO CABANG CIMANGGIS, DEPOK

Oleh :

Vieri Ganendra Santoso 203402516188

Skripsi Dibawah bimbingan Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap keputusan pembeli. Penelitian ini menggunakan data primer dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 orang masyarakat Depok yang berbelanja di Superindo Cabang Cimanggis, Depok dan diolah menggunakan *Statistical Product and Service Solution* (SPSS). Metode dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis inferensial. Data dianalisis menggunakan uji instrumen, korelasi regresi linear berganda, uji kelayakan model, dan pengujian hipotesis uji t.

Penelitian ini memiliki persamaan regresi linier berganda yaitu $Y = 0,214 X_1 + 0,324 X_2 + 0,515 X_3$. Adapun hipotesis dengan uji t secara parsial diperoleh hasil nilai thitung $3,005 > 1,983$ ttabel dan signifikansi $0,003 < 0,05$ untuk variabel kualitas produk, thitung $4,481 > 1,983$ ttabel dan signifikansi $0,000 < 0,05$ untuk variabel citra merek, thitung $7,151 > 1,983$ ttabel dan signifikansi $0,000 < 0,05$ untuk variabel persepsi harga. Maka dapat disimpulkan dari ketiga variabel bebas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembeli.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembeli.

Kata kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga, Keputusan Pembeli

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE AND PRICE PERCEPTION ON BUYER DECISIONS FOR AXE PERFUME PRODUCTS PT. UNILEVER INDONESIA AT SUPERINDO CIMANGGIS BRANCH, DEPOK

By :

Vieri Ganendra Santoso 203402516188

Thesis under the guidance of Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M

This study aims to determine the effect of product quality, brand image, and price perception on buyer decisions. This study uses primary data by distributing questionnaires to 100 Depok people who shop at Superindo Cimanggis Branch, Depok and processed using Statistical Product and Service Solution (SPSS). The method in this study uses descriptive analysis and inferential analysis. The data were analyzed using instrument tests, multiple linear regression correlations, model feasibility tests, and t test hypothesis testing.

This study has a multiple linear regression equation, namely $Y = 0.214 X1 + 0.324 X2 + 0.515 X3$. The hypothesis with a partial t test obtained the results of the tcount value of $3.005 > 1.983$ t table and a significance of $0.003 < 0.05$ for the product quality variable, tcount $4.481 > 1.983$ t table and a significance of $0.000 < 0.05$ for the brand image variable, tcount $7.151 > 1.983$ t table and a significance of $0.000 < 0.05$ for the price perception variable. So it can be concluded that the three independent variables have a positive and significant effect on buyer decisions.

The results of this study indicate that the variables of product quality, brand image, and price perception have a positive and significant effect on buyer decisions.

Keywords: Product Quality, Brand Image, and Price Perception, Buyer Decision

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Vieri ganendra Santoso
Nomor Pokok Mahasiswa : 203402516188
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 4 Juni 2002
Kewarnegaraan : Indonesia
Jenis Kelamin : Laki - Laki
Agama : Islam
Alamat : Jl. Radar Baru blok A no.4 RT.4 RW.4, Kalisari,
Pasarrebo, Jakarta timur
No. HP : 087787106312
E-Mail : Viery.ganendra01@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

2008 – 2014 SDN KALISARI 06 PETANG
2014 – 2017 SMPN 179 JAKARTA TIMUR
2017 – 2020 SMAN 106 JAKARTA TIMUR

Jakarta, 5 Februari 2024



Vieri Ganendra Santoso

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya atas shalawat dan salam kepada Nabi besar kita Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh kualitas produk, citra merek, persepsi harga terhadap keputusan pembeli produk parfum Axe pt.Unilever Indonesia di Superindo Cabang Cimanggis, Depok** “. Tujuan dari penulisan ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Dalam menyelesaikan penulisan ini, penulis tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, baik berupa bimbingan, masukan, rujukan serta motivasi. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Kumba Digidowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Wakil Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
6. Bapak Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M, selaku pembimbing skripsi yang telah mengorbankan waktu, pikiran dan tenaga untuk memberikan arahan dan membimbing dalam penulisan skripsi ini.
7. Para Dosen dan Seluruh Staff akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat.
8. Pintu surgaku, mamahku tercinta Etty Elisabeth yang telah mencurahkan kasih sayang dan tiada hentinya untuk mendoakan, memotivasi, menasihati serta kesabaran yang begitu besar.

9. Panutan pertama di dalam hidup penulis, papahku Eka Yuniarto yang telah membantu kepribadian, pemikiran, dan pola pikir penulis semoga papah tenang di surga.
10. Untuk *brother-brother*, Kevin Adhiasta Santoso dan Reyhan Farras Santoso, yang telah membantu memberi saran, masukan, dan *support* dalam berbagai bentuk yang tak terwujud.
11. Untuk *partner spesial*, Desy Fitriani yang telah membantu, memberi dukungan, memberi semangat dari banyak sisi, dan selalu menemani hingga saat ini.
12. Untuk sahabat-sahabat ku M.Rifqi, Asdar, dan sahabat yang tidak dapat di sebutkan satu persatu atas bantuan yang tulus dan ikhlas itu sangat berarti.
13. Seluruh teman-teman seperjuangan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional, yang selalu memotivasi dan memberikan bantuan baik moral maupun materil.
14. Terima kasih banyak Penulis sampaikan kepada seluruh pihak. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas semua kebaikan dan doa kalian.
15. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for, for never quitting, I wanna thank me for always being a giver, And tryna give more than I recieve, I wanna thank me for tryna do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times*

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini masih banyak kekurangan baik dalam segi materi, isi maupun teknik penyajiannya, mengingat kemampuan yang penulis miliki masih terbatas. Sehingga kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak senantiasa dengan senang hati penulis harapkan demi kesempurnaan penyusunan tugas akhir kemudian.

Jakarta, 5 Februari 2024

Penulis



Vieri Ganendra Santoso

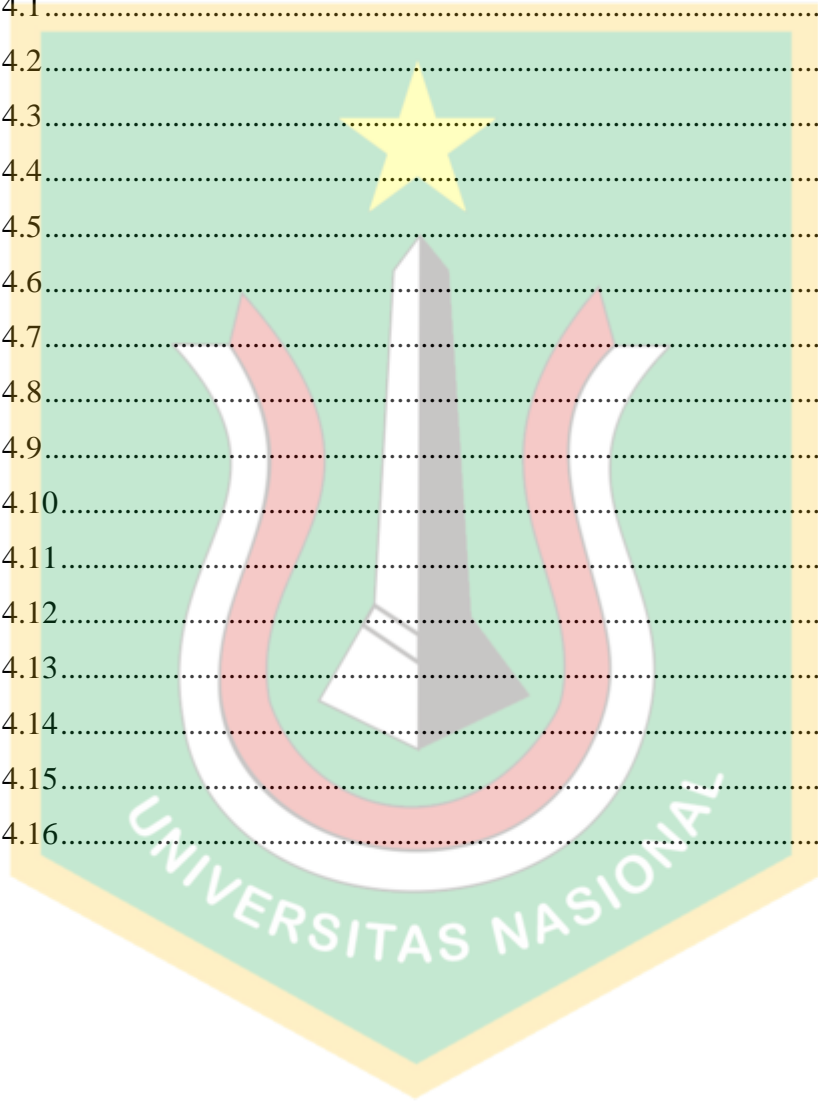
DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian	5
BAB II.....	7
A. Teori yang Terkait dengan Variabel Penelitian	7
1. Manajemen Pemasaran	7
1. Keputusan pembeli.....	12
2. Kualitas Produk.....	13
3. Citra Merek.....	14
4. Persepsi Harga	18
B. Keterkaitan antar Variabel Penelitian	23
1. Hubungan antara Kualitas Produk dengan Keputusan Pembeli	23
2. Hubungan antara Citra Merek dengan Keputusan Pembeli.....	23
3. Hubungan antara Persepsi Harga dengan Keputusan Pembeli	23
C. Hasil Penelitian yang sesuai Sebagai Rujukan Penelitian	24
D. Kerangka Analisis.....	27
E. Hipotesis	28
BAB III.....	30
A. Objek Penelitian.....	30
B. Data Penelitian	30
1. Sumber Data dan Jenis Data	30
2. Populasi dan Sampel.....	31

3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data	32
D. Jenis Variabel yang Digunakan	33
E. Definisi Operasional	33
F. Metode Analisis	36
1. Metode Analisis data.....	36
2. Analisis Regresi Linier Berganda	36
3. Uji Instrument	37
3. uji Asumsi Klasik.....	38
G. Hipotesis	39
1. Uji Simultan (Uji F).....	39
2. Koefisien Determinasi (R^2).....	40
3. Uji Hipotesis (Uji t)	40
BAB IV	41
A. Hasil Penelitian	41
1. Deskripsi Data Penelitian.....	41
2. Karakteristik Data Responden	42
3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian	46
B. Pembahasan.....	59
BAB V	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	3
Tabel 1.2.....	4
Tabel 2.1.....	24
Tabel 3.2.....	33
Tabel 3.3.....	34
Tabel 4.1.....	43
Tabel 4.2.....	44
Tabel 4.3.....	45
Tabel 4.4.....	46
Tabel 4.5.....	47
Tabel 4.6.....	48
Tabel 4.7.....	49
Tabel 4.8.....	51
Tabel 4.9.....	52
Tabel 4.10.....	53
Tabel 4.11.....	54
Tabel 4.12.....	55
Tabel 4.13.....	55
Tabel 4.14.....	56
Tabel 4.15.....	57
Tabel 4.16.....	58



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	27
Gambar 4.1	43
Gambar 4.2	44
Gambar 4.3	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuesioner	70
Lampiran 2 Tabulasi Kuesioner	76
Lampiran 3 Hasil Output SPSS.....	90
Lampiran 4 Lembar Bimbingan Sempro dan Tugas Akhir.....	101
Lampiran 5 Hasil Turnitin TA	101

