

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN GARNIER MEN *FACE WASH***

Skripsi Diajukan Untuk Melengkapi
Persyaratan Mencapai Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Aldilla Rizqy Maulana

41183402200028



Strata 1

Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM 45
FAKULTAS EKONOMI
BEKASI**

2025

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GARNIER MEN *FACE WASH*

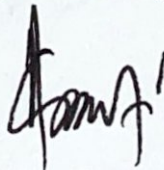
Tanggal : 22 Januari 2025

Oleh

Aldilla Rizqy Maulana
NPM: 41183402200028

Disetujui,

Pembimbing



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

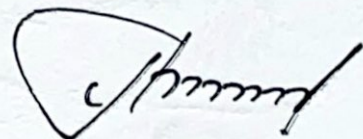
Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si

Ketua Program Studi Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GARNIER MEN *FACE WASH*

Tanggal : 30 Januari 2025

Oleh

Aldilla Rizqy Maulana

NPM: 41183402200028

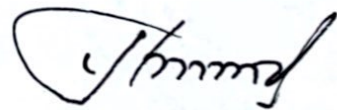
Diuji Oleh,

Penguji I



Kurniawati Mulyati, S.E., M.M.

Penguji II



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

Mengetahui,

Pembimbing



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Program Studi Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aldilla Rizqy Maulana
NPM : 41183402200028
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Email : rizqymaulana355@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa penelitian saya yang berjudul *“Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Garnier Men Face Wash”* bebas dari plagiarisme. Rujukan penulis sudah sesuai dengan terknik penulisan karya ilmiah yang berlaku umum.

Demikian lembar pernyataan ini saya buat sebagai pertanggung jawaban tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Bekasi, 3 Januari 2025

Yang Menyatakan



Aldilla Rizqy Maulana

ABSTRAK

Aldilla Rizqy Maulana (41183402200028)

Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Garnier Men *Face Wash*.

133 Halaman + 25 Tabel + 3 Gambar + 21 Lampiran

Kata kunci : Citra Merek, Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Citra Merek, Harga Dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Garnier Men *Face Wash*. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 170 responden Mahasiswa Laki-Laki yang menggunakan Garnier Men *Face Wash*, pada penelitian ini menggunakan purposive sampling. Analisis data menggunakan analisis linier berganda dengan program SPSS versi 25.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan hasil nilai t hitung sebesar $3,972 > t$ tabel $1,974$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Variabel harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan hasil nilai t hitung sebesar $2,128 > t$ tabel $1,974$ dengan signifikansi $0,035 < 0,05$. Dan variabel promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan hasil nilai t hitung sebesar $4,186 > t$ tabel $1,974$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil uji signifikansi model F variabel citra merek, harga dan promosi bersamaan memiliki pengaruh positif dan signifikan, dapat dibuktikan dengan hasil F hitung sebesar $48.036 > \text{nilai } F \text{ tabel sebesar } 2.66$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Lalu citra merek, harga dan promosi memiliki pengaruh sebesar $45,5\%$ terhadap variabel keputusan pembelian sedangkan $54,5\%$ sisanya dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

Daftar Pustaka: 43 (2015 – 2024)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmaanirrohim.

Assalamualaikum wr. wb.

Dengan memanjatkan syukur ke hadirat Allah SWT dan atas rahmat serta hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Garnier Men *Face Wash*”.

Skripsi ini diajukan untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih atas segala bantuan, bimbingan, dan saran kepada:

1. Dr. Husnul Khatimah S.E., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi dan dosen pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan dalam proses pembuatan skripsi ini, terima kasih banyak karena sudah mau membimbing saya dengan Ikhlas dan sepenuh hati.
2. Ibu Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi dan Selaku dosen penguji.
3. Ibu Kuniawati Mulyanti, S.E., M.M. Selaku dosen penguji
4. Untuk kedua orang tua tercinta Ayah Asri Maulana dan Mamah Esih, sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga, saya persembahkan karya kecil ini kepada ayah dan mamah yang telah memberikan kasih sayang dan segala dukungan, cinta kasih yang tiada terhingga yang hanya dapat saya balas dengan selembar kertas ini yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat ayah dan mamah bahagia, karna saya sadar selama ini belum bisa berbuat yang lebih. untuk kedua orang tua yang paling saya cintai terima kasih banyak selama ini sudah memberikan motivasi, mendoakan, selalu menyirami kasih sayang dan selalu menasehati saya untuk menjadi lebih baik.
5. Terimakasih kepada adik kandung saya Ulfah Rafani Asri yang selalu mendoakan saya setiap saat dan untuk kakak-kakak terponakan terbaik saya yang sudah sangat

menginspirasi dan membantu saya di setiap kesulitan Aa Naryono, Teh Anita, Bang Naman, Aa Karya, Bang Hendra, Aa Karta, dan tak lupa keponakan keponakanku.

6. Dan juga teman teman saya Rizky Adnan, Riski Setiawan, Adi Maulana, Sangga Rahmansyah Thalib dan Della Plita Apriyanti yang sudah membantu mengkoreksi, menyebarkan kuesioner dan juga memberikan solusi ketika saya sedang kesulitan dalam mengerjakan penelitian ini yang telah membantu memberikan dorongan, terimakasih dan sukses untuk kalian semua di masa depan yang akan datang.
7. Serta tidak lupa untuk Lusi Riastuti terimakasih karena selalu mengingatkan, memotivasi dan mendukung serta menemani saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca.

Wassalamualaikum wr. wb

Bekasi, 3 Januari 2025

Penulis

Aldilla Rizqy Maulana

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	12
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	12
1.3.2 Manfaat penelitian.....	12
1.4 Ruang Lingkup Atau Batasan Masalah	13
1.5 Sistematika Pelaporan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Variabel Keputusan pembelian (Y).....	16
2.1.1 Definisi Keputusan Pembelian	16
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian	17
2.2 Variabel citra merek (X1).....	19
2.2.1 Definisi citra merek	19
2.2.2 Faktor-Faktor yang memengaruhi citra merek.....	19
2.2.3 Indikator citra merek	20
2.2.4 Hubungan Citra merek dengan Keputusan Pembelian.....	21
2.3 Variabel Harga (X2).....	21
2.3.1 Definisi Harga	21
2.3.2 Faktor-Faktor Memengaruhi Harga.....	22
2.3.3 Tujuan penetapan harga.....	23

2.3.5 Indikator Harga.....	24
2.3.4 Hubungan Harga Dengan Keputusan Pembelian	24
2.4 Variabel Promosi (X3)	25
2.4.1 Definisi Promosi.....	25
2.4.2. Tujuan promosi.....	26
2.4.3. Bauran promosi	26
2.4.5. Indikator promosi	28
2.4.4. Hubungan Promosi Dengan Keputusan Pembelian.....	28
2.5 Penelitian Terdahulu.....	30
2.6 Kerangka Pemikiran	38
2.7 Hipotesis Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Metode Penelitian.....	41
3.1.1 Lokasi penelitian	41
3.1.2 Waktu Penelitian	41
3.1.3 Populasi dan sampel penelitian	41
3.1.4 Jenis dan sumber data.....	42
3.1.5 Teknik Pengumpulan Data	43
3.2 Instrumen Penelitian.....	44
3.2.1 Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	44
3.2.2 Variabel Citra Merek (X1)	45
3.2.3 Variabel Harga (X2).....	46
3.2.4 Variabel Promosi (X3)	47
3.3 Metode Analisis Data	48
3.3.1 Uji Validitas	48
3.3.2 Uji Reliabilitas.....	48
3.3.3 Uji Asumsi Klasik	48
3.3.3.2 Uji Multikolinearitas	49
3.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas	49
3.3.4 Analisis Regresi Berganda	49
3.3.5 Uji Penelitian Hipotesis.....	50

3.3.5.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	50
3.3.5.2 Uji Hipotesis (Uji F).....	51
3.3.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	51
BAB 1V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum	53
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	53
4.1.2 Visi	54
4.1.3 Deskripsi Karakteristik Responden	54
4.1.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
4.1.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	55
4.1.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Produk.....	57
4.2 Uji Validitas	58
4.2.1 Validitas Instrumen Citra Merek (X1)	58
4.2.2 Validitas Instrumen Harga (X2).....	59
4.2.3 Validitas Instrumen Promosi (X3)	59
4.2.4 Validitas Instrumen Keputusan Pembelian (Y).....	60
4.3 Uji Reliabilitas.....	60
4.4.Deskripsi Analisis Data	61
4.4.1Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Citra Merek (X1)	61
4.4.2.Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Harga (X2).....	63
4.4.3 Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Promosi (X3)	64
4.4.4 Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Keputusan Pembelian (Y). 66	
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	67
4.5.1 Uji Normalitas	67
4.5.2 Uji Multikolinearitas	68
4.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	69
4.5.4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	71
4.5.5 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	73
4.3.1 Hasil Uji F (Anova).....	74
4.3.2 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	75
4.6 Pembahasan	75

4.6.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	76
4.6.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	78
4.6.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	80
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Simpulan.....	83
5.2 Saran	83
LAMPIRAN-LAMPIRAN	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Kuesioner Pra Survey	3
Tabel 1. 2 Hasil Kuesioner Pra Survey	5
Tabel 1. 3 Hasil Kuesioner Pra Survey	7
Tabel 1. 5 Hasil Kuesioner Pra Survey	10
Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu.....	30
Tabel 3. 1 Alternatif Jawaban Skala Likert.....	44
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	56
Tabel 4. 3 Proporsi Responden Berdasarkan Fakultas.....	55
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan pembelian produk	57
Tabel 4. 5 Uji Validitas Citra Merek.....	58
Tabel 4. 6 Uji Validitas Harga	59
Tabel 4. 7 Uji Validitas Promosi.....	59
Tabel 4. 8 Uji Validitas Keputusan Pembelian	60
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4. 10 Skor Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Merek (X1).....	61
Tabel 4. 11 Skor Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga(X2)	63
Tabel 4. 12 Skor Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi(X3).....	64
Tabel 4. 13 Skor Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian(Y)	66
Tabel 4. 14 Uji Normalitas Kolmogorov -Smirnov Test	67
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinieritas	69
Tabel 4. 16 Uji Regresi Linear Berganda.....	71
Tabel 4. 17 Uji T	73
Tabel 4. 18 Uji F	74
Tabel 4. 19 Uji Determinasi	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penjualan Terlaris Sabun Cuci Muka Di E-Commerece	2
Gambar 4. 1 Normal Probability plot.....	68
Gambar 4. 2 Hasil Uji Scatterplot	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesinoer Penelitian.....	88
Lampiran 2 Wawancara Dengan Mahasiswa Universitas Islam 45 Bekasi	94
Lampiran 3 Jawaban Responden Data Kuesioner Citra Merek (X1).....	96
Lampiran 4 Jawaban Responden Data Kuesioner Harga (X2)	100
Lampiran 5 Jawaban Responden Data Kuesioner Promosi (X3).....	105
Lampiran 6 Jawaban Responden Data Kuesioner Keputusan Pembelian (Y)	110
Lampiran 7 Hasil Analisis Data	114
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas	120
Lampiran 9 Hasil Uji Asumsi Klasik	120
Lampiran 10 Hasil Uji Hipotesis	122
Lampiran 11 Hasil Analisis Uji F (ANOVA)	123
Lampiran 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	123
Lampiran 13 Tabel F	123
Lampiran 14 Tabel T	125
Lampiran 15 Tabel R	125
Lampiran 16 Surat Keputusan Skripsi	127
Lampiran 17 Kartu Bimbingan	127
Lampiran 18 Kartu Seminar Proposal.....	129
Lampiran 19 Surat Permohonan Izin Data Penelitian.....	131
Lampiran 20 Hasil Turnitin.....	132
Lampiran 21 Daftar Riwayat Hidup Peneliti	133

Lampiran 20 Hasil Turnitin

SKRIPSI_Aldilla_Rizqy_Maulana_15_09_02_AutoRecovered-1736211867941

ORIGINALITY REPORT

31 %	27 %	16 %	22 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	2 %
2	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	2 %
3	repository.upstegal.ac.id Internet Source	2 %
4	Submitted to Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang Student Paper	1 %
5	repository.ub.ac.id Internet Source	1 %
6	Submitted to Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia Student Paper	1 %
7	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1 %
8	Submitted to Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada Student Paper	1 %