

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK EMINA**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Wijaya Kusuma Surabaya)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

FARIDAH FIKKRIYAH

NPM: 14420120

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2019

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Faridah Fikkiryah

NPM : 14420120

Alamat : Ampel Mulia 40 RT.04/RW.03, Surabaya,Jawa Timur

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk kosmetik Emina (Studi Kasus pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiajaya Kusuma Surabaya ”** adalah benar-benar karya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 17 Januari 2019

Yang membuat Pernyataan



(Faridah Fikkiryah)

NPM: 14420120

SKRIPSI
PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK EMINA
(STUDI KASUS PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI dan BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA)

Diajukan Oleh:
FARIDAH FIKKRIYAH
NPM: 14420120

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Drs.Ec. DWI BHAKTI IRIANTINI, M.Si.

Tanggal, 22 Oktober 2018

KETUA PROGAM STUDI



Dr. SITI DJAMILAH,SE.,M.Si

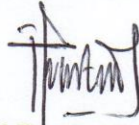
Tanggal, 04 Desember 2018

SKRIPSI
PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK EMINA
(STUDI KASUS PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI dan BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA)

Diajukan Oleh:
Faridah Fikkriyah
14420120

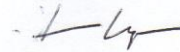
SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Sekretaris Tim Penguji/ Pembimbing



Drs.Ec. Dwi Bhakti Iriantini, M.Si.

Ketua Tim Penguji



Hendra Prasetya,SE,M.Ak

Anggota Tim Penguji



Prof. Ruswiati S., SE, MS

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen

Tanggal 17 Januari 2019



Dr. SITI DJAMILAH,SE.,M.Si
Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Puji syukur ‘Alhamdulillah peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmatnya maupun kasih sayangnya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun dan disajikan untuk memenuhi salah satu persyaratan guna meraih gelar Strata I pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Adapun judul skripsi ini adalah **“PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK EMINA (STUDI KASUS PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI dan BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA)”**

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Sehubungan dengan itu, maka pada kesempatan ini peneliti dengan perasaan tulus serta syukur guna menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. H. Sri Harmadji, dr., Sp. THT-KL (k), selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Iman Karyadi, Ak, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Siti Djamilah, S.E, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Drs.Ec. Dwi Bhakti Iriantini, M.Si.. selaku Dosen Pembimbing dengan sabar dan ikhlas memberikan arahan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi mulai awal hingga akhir.
5. Bapak Tri Tjahjo Poernomo,SE.MM. Sebagai Dosen Wali yang senantiasa memberikan motivasi guna penyelesaian tugas akhir studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah banyak memberikan ilmu tingkat tinggi dan bimbingan kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Seluruh staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah membantu kelancaran administrasi program penyusunan skripsi.

8. Ucapan terima kasih yang tiada akhir, wajib penulis sampaikan untuk ibunda penulis yaitu Ibu Dra.Cholifah Rosjidah,MM. Dengan doa dan kasih sayang beliau yang selalu membangkitkan harapan si penulis “Ibu, betapa aku ingin mempersembahkan yang terbaik atas semua perjuangan yang engkau lakukan”.
9. Ucapan terimakasih untuk ayahanda penulis yaitu Bapak Moh SofiAli. Dengan doa dan dukungan yang selalu beliau berikan dari awal masuk perkuliahan hingga pada saat menyelesaikan skripsi ini.
10. Ucapan terima kasih untuk M Faishal Abdul Jabbar dengan dukungan dan doa yang selalu diberikan dari awal masuk perkuliahan hingga pada saat menyelesaikan skripsi ini.
11. Ucapan Terimakasih kepada keluarga besar saya seperti paman, bibi, saudara-saudara sepupu yang selalu memberikan dukungan doa serta semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Buat teman-temanku yang sudah membantu dalam penyelesaian skripsiku, mohon maaf tidak bisa menyebutkan satu persatu, makasih motivasinya dari semester pertama sampai semester akhir yang sudah ku anggap saudara, terima kasih sudah menjadi teman baikku selama aku kuliah di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya ini angkatan 2014.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, dikarenakan adanya keterbatasan waktu, tenaga dan pikiran dalam menyusun skripsi ini. Dimana kesempurnaan hanya milik Allah SWT semata. Namun demikian dengan segala kerendahan hati peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi rekan-rekan yang membacanya. Akhir kata, peneliti mengharapkan adanya kritik dan saran yang sifatnya membangun dari rekan-rekan yang lain.

Surabaya, November 2018

Faridah Fikkriyah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Merek	7
2.1.2 Kriteria Pemilihan Merek.....	9
2.1.3 Brand Image	11
2.1.4 Faktor Terbentuknya Brand Image	12
2.1.5 Atribut Brand Image	13
2.1.6 Kualitas Produk	14
2.1.7 Dimensi Kualitas Produk	15
2.1.8 Keputusan Pembelian.....	17
2.1.9 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	19
2.1.10 Indikator Keputusan Pembelian	22
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 kerangka teoritis dan perumusan hipotesisi	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Pendekatan penelitian	31
3.2 Populasi dan Sample	31
3.3 Identifikasi Variable	33
3.4 Definisi Oprasional	34
3.5 Jenis dan Sumber Data	36
3.6 Metode Pengumpulan Data	36

3.7 Metode Analisis Data	38
3.8 Uji Hipotesis	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Object Penelitian	45
4.1.1 Sejarah PT Paragon Technology and Innovation	42
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	45
4.1.3 Brand PT Paragon Technology and Innovation	45
4.1.4 Produk Emina	46
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	49
4.3 Hasil Uji Instrumen	55
4.4 Hasil Analisis Data	58
4.5 Hasil Analisis Regresi Berganda	62
4.6 Hasil Analisis Hipotesis	64
4.7 Pembahasan	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.2 Rentang Interval Dari Skala Kategori	51
Tabel 4.3 Jawaban Responden Mengenai Variabelbrand Image (X1).....	52
Tabel 4.4 Jawaban responden Mengenai Variabel Kualitas Produk (X2)	53
Tabel 4.5 Jawaban Responden Mengenai Variable Keputusan Pembelian (Y)..	54
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Auto Korelasi	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Hasil Regresi Linier.....	62
Tabel 4.12 Hasil Uji F	64
Tabel 4.13 Hasil Uji T.....	66
Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi Parsial	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	21
Gambar 2.2 Model Analisis	30
Gambar 4.1 Hasil Uji Heterokedastisitas	61
Gambar 4.2 kurva distribusi F	65
Gambar 4.3 Uji Brand Image (X_1) Terhadap Keputusan pembelian (Y).....	67
Gambara 4.4 Uji Kulalitas Produk (X_2) Terhadap keputusan Pembelian (Y)...	68

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK EMINA”. Pendekatan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Variable Independen pada penelitian ini yaitu Brand Image dan Kualitas Produk. Variable Dependent pada penelitian ini yaitu Keputusan Pembelian. Sample penelitian ini diperoleh responden sebanyak 74 Mahasiswi Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Untuk sample pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive* sampling dan metode pengumpulan data menggunakan kuisioner. Analisis data yang digunakan yaitu analisis Regresi Linier berganda. Dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 7.529 + 0.098x_1 + 0.307x_2 + e$$

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa Brand Image dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Namun secara parsial Brand Image tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci : *Brand Image, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

This study aims to find out "THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON EMINA COSMETIC PURCHASE DECISIONS". The approach to this research is quantitative approach. Independent Variables in this study are Brand Image and Product Quality. The Dependent Variable in this study is the Purchasing Decision. The sample of this study was obtained by 74 respondents from the Faculty of Economics and Business, Wijaya Kusuma University, Surabaya. For the sample in this study using purposive sampling technique and data collection methods using questionnaires. Analysis of the data used is the analysis of multiple linear regression. With the equation as follows:

$$Y = 7.529 + 0.098x_1 + 0.307x_2 + e$$

Based on the results of the analysis it can be concluded that Brand Image and Product Quality simultaneously have a significant effect on Purchasing Decisions. But partially Brand Image does not significantly influence the Purchasing Decision. While Product Quality has a significant effect on Purchasing Decisions.

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