

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP
NIAT BELI PASTA GIGI PEPSODENT HERBAL YANG
DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Jurusan Manajemen
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

KIRANA SEKHA YULIARTI
B 100 160 370

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2020**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP
NIAT BELI PASTA GIGI PEPSODENT HERBAL YANG
DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK**

Yang ditulis dan disusun oleh:

KIRANA SEKHA YULIARTI
B 100 160 370

**Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi
syarat untuk diterima.**

Surakarta, 2 Mei 2020
Pembimbing Utama



(Rini Kuswati, S.E., M.Si)

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Syamsudin, S.E., M.M.)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta 57102

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : KIRANA SEKHA YULIARTI

NIM : B100160370

Jurusan : MANAJEMEN

Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK
TERHADAP NIAT BELI PASTA GIGI PEPSODENT
HERBAL YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 2 Mei 2020

Yang membuat pernyataan

KIRANA SEKHA YULIARTI

MOTTO

“Hai orang-orang yang beriman, mintalah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan (mengerjakan) shalat, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.”

(Al-Baqarah:153)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.”

(QS. Al-Insyirah: 6-8)

“Terkadang, kesulitan harus kamu rasakan terlebih dulu sebelum kebahagiaan yang sempurna datang kepadamu.”

(RA. Kartini)

“Teruslah bermimpi, teruslah bermimpi, bermimpilah selama engkau dapat bermimpi.”

(RA. Kartini)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim, dengan segala kerendahan dan ketulusan hati penulis persembahkan karya istimewa ini untuk:

1. Allah SWT dan segala nikmat dan karunia yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
2. Suri tauladan kita Nabi Muhammad SAW, semoga shalawat serta salam selalu tercurah kepada beliau, keluarga dan para sahabatnya.
3. Ibu dan Bapak saya tercinta yang telah mendidik, memberikan kasih sayang, motivasi, semangat, dan dukungan lewat do'a.
4. Kakak saya yang selalu memberikan semangat serta dukungan terhadap saya.
5. Seluruh keluarga besar dan saudara-saudara yang selalu memberikan doa, dukungan, serta nasehat untuk keberhasilanku.
6. Teman dan sahabat saya yang selalu mendukung saya dan selalu menyemangati saya.
7. Almamater FEB UMS

ABSTRAKSI

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap niat beli pasta gigi pepsodent herbal yang dimediasi citra merek. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode non probability dengan jumlah responden sebanyak 150 responden yang telah atau belum pernah melakukan pembelian pada produk pasta gigi pepsodent herbal. Metode analisis data dalam penelitian ini dengan analisis regresi berjenjang yang sebelumnya dilakukan uji instrument, uji linear berjenjang, Goodness Of Fit, uji t dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kualitas produk berpengaruh positif terhadap citra merek, hal ini dibuktikan nilai t hitung > nilai t tabel dan p -value < 0,05 (2) citra merek berpengaruh negative terhadap niat beli, hal ini dibuktikan nilai t hitung < nilai t tabel dan p -value < 0,05. (3) kualitas produk berpengaruh positif terhadap niat beli, hal ini dibuktikan nilai t hitung > nilai t tabel dan p -value < 0,05. (4) bahwa citra merek tidak memediasi secara penuh, karena pengaruh variabel kualitas produk pada variabel niat beli tidak berpengaruh secara signifikan pada saat variabel citra merek diregresikan secara bersama-sama. Hasil analisis menunjukkan pada *indirect effect*, nilai BootLLCI = -0,2279 dan BootULCI = 0,0235 diatas 0, maka variabel citra merek terbukti tidak memediasi.

Kata Kunci: kualitas produk, citra merek, niat beli.

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of product quality on purchase intentions of herbal pepsodent toothpaste mediated by brand image. The research method used is a quantitative method used to examine a particular population or sample. Sampling was carried out by a non-probability method with a total of 150 respondents who had or had never made a purchase on herbal pepsodent toothpaste products. The method of data analysis in this study is the tiered regression analysis that was previously performed by the instrument test, tiered linear test, Goodness Of Fit, t test and the coefficient of determination test. The results showed that (1) product quality had a positive effect on brand image, this was evidenced by the value of $t_{\text{arithmetic}} > t_{\text{table}}$ value and $p\text{-value} < 0.05$ (2) brand image had a negative effect on purchase intention, this was evidenced by the t value $< t_{\text{table}}$ value and $p\text{-value} < 0.05$. (3) the quality of the product has a positive effect on purchase intention, this is evidenced by the value of $t_{\text{arithmetic}} > \text{value of } t_{\text{table}}$ and $p\text{-value} < 0.05$. (4) that brand image does not mediate fully, because the influence of product quality variables on the purchase intention variable does not significantly influence when the brand image variable is regressed together. The results of the analysis show the indirect effect, the value of $\text{BootLLCI} = -0.2279$ and $\text{BootULCI} = 0.0235$ above 0, then the brand image variable is proven to not mediate.

Keywords: product quality, brand image, purchase intention.

KATA PENGANTAR



Dengan memanjatkan puji syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, ridho dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP NIAT BELI PASTA GIGI PEPSODENT HERBAL YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK”**

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata I pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Skripsi ini tidak tersusun tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak dalam bentuk moril maupun materil. Untuk itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih dan rasa hormat kepada:

1. Bapak Dr. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr Syamsudin, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, S.E., M.Si.,Ph.D. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta

4. Ibu Rini Kuswati, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Kussudyarsana, S.E M.Si., Ph.D., selaku Pembimbing Akademis yang telah memberikan dorongannya dalam membantu menyelesaikan perkuliahan penulis.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya Jurusan Manajemen yang telah membimbing dan memberikan ilmu-ilmunya kepada mahasiswa serta telah membantu dalam bidang akademik dan administrasi mahasiswa.
7. Kedua orang tuaku Bapak Sukiman dan Ibu Binti Khayati, yang telah memberikan doa, perhatian dan kasih sayang yang besar dan tanpa batas waktu. Kakak-kakakku mbak Wiwin dan mbak Laras yang membetikan dukunga dan nasihat.
8. Serta semua pihak yang membantu sehingga terciptanya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna dan terdapat kekurangan. Oleh karena itu penulis berharap adanya masukan, kritik maupun saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini juga bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan.

Surakarta, 2 Mei 2020

Penulis

Kirana Sekha Yuliarti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan masalah.....	7
C. Tujuan penelitian	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Sitematika Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	10
B. Penelitian Terdahulu.....	17
C. Pengembangan Hipotesis	17
D. Model Penelitian	20
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Desain Penelitian.....	21
B. Populasi, Sample dan Teknik Sample	22
C. Variabel dan Devinisi Variabel	23
D. Sumber Data.....	27

E. Metode Pengumpulan Data	27
F. Metode Analisis Data.....	27
BAB IV HASIL ANALISA DAN PEMBAHASAN	
A. Analisis Deskriptif Responden.....	36
B. Uji Instrumen.....	38
C. Uji Asumsi Klasik	40
D. Uji Hipotesis.....	42
E. Uji kelayakan model	48
F. Pembahasan	50
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	52
B. Keterbatasan Penelitian	53
C. Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Pasta Gigi Tahun 2015-2019	4
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	37
Tabel 4.4 Uji validitas untuk instrument variabel Kualitas Produk, Citra Merek, dan Niat Beli	39
Table 4.5 Hasil Reliabilitas	40
Table 4.6 Hasil Pengujian Multikolinearitas.....	40
Table 4.7 Hasil uji Heteroskedastisitas	41
Table 4.8 Output Analisis Regresi Berjenjang Metode Hayes	45
Tabel 4.9 Indirect effect (s) of X on Y	46
Tabel 4.10 Uji F	48
Tabel 4.11 Uji koefisien determinasi	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	20
Gambar 3.1 Analisis Regresi Berjenjang.....	32
Gambar 4.1 Output Regresi Berjenjang Model I dan II	49

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Jawaban Responden
- Lampiran 3. Hasil Analisis Data
- Lampiran 4. Hasil data Uji Hipotesis