ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN PRODUK ORIFLAME

(Studi Kasus pada Konsumen Pengguna Produk Oriflame)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

DAMA YANTI
B 100 100 267

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2014

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN PRODUK ORIFLAME.

Yang disusun oleh :

Dama Yanti

B100100267

Penandatangan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima

Surakarta, Juli 2014

Pembimbing Utama

(Drs.Wiyadi , MM , Ph.d)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Dr. Triyono, SE, M.Si)

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Jl. A Yani Tromol Pos I, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.211 Surakarta

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	:	Dama Yanti
NIRM	:	10.6.106.0201416.500208
Jurusan	:	Manajemen
Judul Skripsi	:	**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ORIFLAME (STUDY KASUS PADA KONSUMEN PENGGUNA PRODUK ORIFLAME)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya 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 atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, Juli 2014

Yang membuat pernyataan

Dama Yanti

MOTTO

"Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap"

(Qs. Al Insyirah : 5-8)

Keberhasilan adalah kemampuan untuk melewati dan mengatasi dari satu kegagalan ke kegagalan berikutnya tanpa kehilangan semangat.

(Winston Chuchill)

Aku percaya bahwa apapun yang aku terima saat ini adalah yang terbaik dari Tuhan dan aku percaya Dia akan selalu memberikan yang terbaik untukku pada waktu yang telah Ia tetapkan

(penulis)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati penulis persembahkan karya kecil ini spesial untuk:

- Alm. Ibu dan bapak tercinta yang telah memberikan cinta tulus dan kasih sayang, pengorbanan dan motivasinya.
- Mbak-mbakku dan kakak-kakak iparku yang selalu memberikan motivasi dan dukungannya.
- Bapak/Ibu dosen, yang telah membimbing
- Rekan-rekanku Manajemen angkatan 2010 semoga sukses selalu
- Sahabat-sahabatku sekalian.
- Almamaterku tercinta.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **"ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN PRODUK ORIFLAME (Studi Kasus pada Konsumen Pengguna Produk Oriflame)".**Dalam penulisan Skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan yang tulus dan ikhlas dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih pada berbagai pihak yang telah membantu mulai dari persiapan penulisan hingga selesainya penulisan ini kepada:

1. Bapak Dr. Triyono, M. Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Anton Agus S, SE., M. Si., selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Wiyadi Ph.d, selaku pembimbing akademik, sekaligus pembimbing skripsi ini, dengan sabar membimbing dan memberi arahan selama penulis menempuh studi.

4. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
5. Alm. Ibu dan bapak serta mbak-mbak dan kakak-kakak iparku tercinta yang telah memberikan dorongan baik moril maupun materiil. Terima kasih untuk semua, motivasi, bimbingan, kerja keras dan pengorbanan yang telah dilakukan.
6. Sahabat-sahabatku (Vina, Tata, Ayu, Erlis, Ririn, Musi, Ita) terima kasih karena telah memberi warna dan mengarungi kehidupan selama kuliah. Semoga persahabatan ini terjalin selamanya.
7. *My boyfriend* terima kasih atas cinta, kasih sayang, dukungan, motivasi serta membantu memberikan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
8. Teman-teman wisma Rufaidah (Latifa, Intan, Utami, Pitung/Pita dan teman-teman lain yang tidak dapat disebut satu- persatu) terima kasih atas dukungan dan motivasinya.
9. Teman-teman kost Bunga Prisa (Umi nduttt, Ira, mbk Erlin, Anin dan teman-teman yang tidak dapat disebut satu-persatu) terima kasih telah menjadi teman baik selama kost disana.
10. Teman-teman wisma Kayu Manis (Retno, Erna, Dian, Kiki, Dini, Devi dan teman- teman yang tidak bisa disebut satu- persatu) terima kasih telah menjadi teman baik selama kost disana.
11. Teman-teman kelas I angkatan 2010 (Sri Lestari, Ita, Fitri, Lina, Vina, aulia, Resti, Dhania, Nia Husna, Musiroh, Arum, Lutfi, Bagus, Beni, Aris, Heri dan teman-teman lain yang tidak dapat disebutkan satu-persatu).
12. Para responden yang menjadi target pengisian kuisioner dalam penelitian ini.

13. Pak Min, terimakasih atas kesediaannya untuk bersedia dibuat repot oleh penulis selama menempuh studi.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas bantuannya dalam penyusunan skripsi ini.

Dengan selesainya penyusunan penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini masih jauh dari sempurna, maka penulis sangat berterima kasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran dan kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, Juli 2014

Penulis

Dama Yanti

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PERSETUJUAN ii

HALAMAN PENGESAHAN iii

HALAMAN PERNYATAAN iv

HALAMAN MOTTO v

HALAMAN PERSEMBAHAN vi

KATA PENGANTAR vii

DAFTAR ISI viii

DAFTAR TABEL ix

DAFTAR GAMBAR x

DAFTAR LAMPIRAN xi

ABSTRAKSI xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian 1

B. Perumusan Masalah Penelitian 3

C. Tujuan Penelitian 3

D. Manfaat Penelitian 4

E. Sistematika Penulisan 4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Perilaku Konsumen 6

B. Keputusan Pembelian 7

C. Penelitian Terdahulu 14

D. Kerangka Pemikiran 15

E. Hipotesis 16

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Sumber Data 17

B. Populasi, sampel dan teknik sampling 18

C. Metode Pengumpulan Data 19

D. Definisi operasional variable dan indikator-indikatornya 19

E. Metode analisis 21

BAB IV ANALISI DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Obyek Penelitian 29

B. Pembahasan 49

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan 52

B. Keterbatasan Penelitian 52

C. Saran 53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 3.1 Skala likert 21
Tabel 4.1 Kategori responden berdasarkan usia 34
Tabel 4.2 Kategori responden berdasarkan jenis kelamin 34
Tabel 4.3 Kategori responden berdasarkan pekerjaan..... 35
Tabel 4.4 Kategori responden berdasarkan pendapatan keluarga perbulan... 36
Tabel 4.5 Hasil uji validitas kualitas produk (X_1) 36
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas harga (X_2) 37
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas citra merek (X_3) 37
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas keputusan pembelian (Y) 38
Tabel 4.9 Tabel Hasil Reliabilitas Masing-Masing Variabel 39
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas 40
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas 41
Tabel 4.12 Hasil analisis linear berganda 42

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran 16

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner penelitian
2. Hasil Analisis Data Responden
3. Uji Validitas
4. Uji Reliabilitas
5. Uji Normalitas
6. Uji Regresi
7. Tabel r
8. Tabel t
9. Tabel F

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan produk Oriflame sebanyak 100 orang responden. Dengan teknik pengambilan sampel *convenience sampling.* Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dan uji hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga dan citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Untuk penelitian mendatang perlu menambah variabel lain seperti : promosi, desain produk, *brand awarness, brand image, brand personality, popularity* agar hasil penelitiannya lebih baik.

Kata kunci : ***kualitas produk, harga, citra merek, keputusan pembelian***