

## **ABSTRACT**

*The purpose this research is to know the influence of advertising appeal, brand image and product quality to purchase decisions of Pond's products in management students of PGRI AdiBuana Surabaya. The study used a quantitative approach, a sample taken as many as 102 respondents and sampling technique of purposive sampling. Data collection used questionnaires, documentation are then analyzed with multiple linear regression tests and significance tests with SPSS version 16 programs. The results testing used T-Test concluded advertising appeal, brand image and product quality has an inopportune and significant purchase decision. With the result of the advertisement attraction variable t count of 1,665 with a value of Sig 0,027, the brand image variable count of 1,983 with a sig value of 0,049, the purchase decision variable is calculated 1,711 with a value of sig 0,038. Simultaneous test F obtained the result of 742,314 with Sig 0,035.*

**Keywords:** *appeal advertising, brand image, product quality and purchase decision*

## ABSTRAK

Dilakukannya penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh daya tarik iklan, citra merk dan kualitas product terhadap keputusan pembelian product pond's. Mahasiswa Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Penelitian ini mempergunakan pendekatan kuantitatif, sampel yang diambil sejumlah 102 orang. Tehnik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. pengumpulan data melalui kusioner dan dokumentasi kemudian dianalisis dengan multiple linear regresion dan uji signifikan dengan program SPSS versi 16. Hasil pengujian memakai uji parsial disimpulkan bahwa daya tarik iklan, citra merk dan kualitas product dipengarui secara parsial dan signifikan keputusan pembelian. Dengan hasil variabel daya tarik iklan  $t_{hitung}$  sebesar 1,665 dengan nilai sig 0,027, variabel citra merk  $t_{hitung}$  1,983 dengan nilai sig 0,049, variabel keputusan pembelian  $t_{hitung}$  1,711 dengan nilai sig 0,038. Sedangkan uji F simultan diperoleh hasil sebanyak 742,314 dengan sig 0,035.

**Kata kunci :** Daya Tarik Iklan, Citra Merek, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI .....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRACT .....	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii

### BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.3.1. Tujuan Umum .....	4
1.3.2. Tujuan Khusus .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2. Manfaat Praktis.....	5

### BAB II TELAAH PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori.....	12
2.2.1. Pengertian Pemasaran.....	12
2.2.1.1. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) .....	13
2.2.1.2. Perilaku Konsumen .....	13
2.2.2. Daya Tarik Iklan .....	14
2.2.2.1. Pengertian Daya Tarik Iklan .....	14
2.2.2.2. Sifat Iklan.....	14

2.2.2.3.	Indikator Daya Tarik Iklan.....	15
2.2.3.	Citra Merek.....	16
2.2.3.1.	Pengertian Citra Merek.....	16
2.2.3.2.	Faktor-Faktor Pembentuk Citra Merek ....	17
2.2.3.3.	Komponen Citra Merek .....	18
2.2.3.4.	Indikator-Indikator Citra Merek .....	18
2.2.4.	Kualitas Produk .....	19
2.2.4.1.	Pengertian Kualitas Produk .....	19
2.2.4.2.	Indikator Kualitas Produk.....	21
2.2.5.	Keputusan Pembelian .....	21
2.2.5.1.	Pengertian Keputusan Pembelian .....	21
2.2.5.2.	Tahap-Tahap Keputusan Pembelian.....	22
2.2.5.3.	Pihak-Pihak Yang Berperan Dalam Keputusan Pembelian .....	25
2.2.5.4.	Indikator Keputusan Pembelian.....	26
2.2.6.	Hubungan Antar Variabel .....	26
2.2.6.1.	Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian .....	26
2.2.6.2.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.2.6.3.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.3	Kerangka Konseptual.....	27
2.4	Hipotesis .....	29
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>		
3.1.	Rancangan Penelitian.....	31
3.2.	Populasi, Sampel, Dan Teknik Pengambilan Data.....	33
3.2.1.	Populasi.....	33
3.2.2.	Sampel.....	34
3.2.3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	35

3.3. Jenis Dan Sumber Data .....	35
3.3.1. Jenis Data .....	35
3.3.2. Sumber Data .....	36
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.4.1. Prosedur Pengumpulan Data.....	36
3.4.2. Teknik Mengumpulkan Data.....	37
3.4.3. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	38
3.5. Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional Variabel ....	38
3.5.1. Variabel Penelitian.....	38
3.5.2. Definisi Operasional Variabel .....	39
3.5.2.1. Ketertarikan Iklan (X1).....	39
3.5.2.2. Citra Merek (X2) .....	39
3.5.2.3. Kualitas Produk (X3).....	40
3.5.2.4. Keputusan Pembelian.....	40
3.6. Teknik Analisis Data .....	41
3.6.1. Pengujian Instrumen Penelitian .....	41
3.6.1.1. Uji Validitas .....	41
3.6.1.2. Uji Reliabilitas .....	41
3.6.2. Pengujian Asumsi Klasik.....	42
3.6.2.1. Uji Normalitas .....	42
3.6.2.2. Uji Multikolinearitas .....	42
3.6.2.3. Uji Autokorelasi .....	43
3.6.2.4. Uji Heteroskedastisitas .....	44
3.6.3. Analisis Regresi Linier Berganda .....	44
3.6.4. Koefisien Korelasi (R).....	45
3.6.5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	45
3.6.6. Pengujian Hipotesis.....	46
3.6.6.1. Uji T .....	46
3.6.6.2. Uji Simultan (Uji F).....	47

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
--	----

4.1.1.	Sejarah Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Pgri Adi Buana Surabaya .....	49
4.1.2.	Profil Manajemen.....	51
4.1.2.1.	Visi .....	51
4.1.2.2.	Misi .....	51
4.1.2.3.	Tujuan .....	52
4.1.2.4.	Fasilitas.....	52
4.1.2.5.	Kerjasama .....	53
4.1.2.6.	Capaian Pembelajaran .....	53
4.1.2.7.	Prospek Lulusan .....	53
4.1.2.8.	Jumlah Mahasiswa .....	54
4.2.	Karakteristik Responden .....	55
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	55
4.2.2.	Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian.....	56
4.2.2.1.	Variabel Daya Tarik Iklan (X1) .....	56
4.2.2.2.	Variabel Citra Merek (X2).....	57
4.2.2.3.	Variabel Kualitas Produk (X3) .....	58
4.2.2.4.	Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	59
4.3.	Analisis Data Penelitian.....	60
4.3.1.	Analisis Data .....	60
4.3.2.	Persiapan Analisis Data .....	60
4.4.	Pengujian Instrumen Penelitian .....	63
4.4.1.	Uji Validitas .....	63
4.4.2.	Uji Reliabilitas .....	65
4.5.	Uji Asumsi Klasik .....	67
4.5.1	Uji Normalitas .....	67
4.5.2	Uji Heterokedastisitas .....	69
4.5.3	Uji Multikolinearitas.....	70
4.5.4	Uji Autokorelasi .....	71
4.6.	Analisis Regresi Linier Berganda .....	72
4.6.1	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	73

4.6.2 Uji Parsial (Uji t) .....	74
4.6.3 Uji Simultan (Uji F) .....	77
4.7. Pembahasan .....	79
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1. Simpulan .....	83
5.2. Saran .....	84
5.2.1. Saran Untuk Perusahaan .....	84
5.2.2. Saran Bagi Penelitian Yang Akan Datang .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>87</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Yang Akan Dilakukan Penulis .....	10
Tabel 3.1 skala Likert .....	38
Tabel 3.2 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi .....	45
Tabel 4.1 Jumlah Mahasiswa Program Studi Manajemen Tahun 2016-2019 .....	54
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia .....	55
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Variabel Daya Tarik Iklan (X1) .....	56
Tabel 4.4 Distribusi Variabel Citra Merek (X2) .....	57
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk (X3) .....	58
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian(Y) .....	59
Tabel 4.7 Tabel Persiapan Analisis Data .....	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel X Dan Y .....	64
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X Dan Y .....	66
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas .....	68
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas .....	70
Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi .....	71
Tabel 4.13 Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	73
Tabel 4.14 Hasil Uji Korelasi Ganda .....	74
Tabel 4.15 Hasil Uji t .....	76
Tabel 4.16 Hasil Uji F .....	78



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	28
Gambar 3.1 Rancangan Penelitian .....	33
Gambar 4.1 Uji Normalitas .....	67
Gambar 4.2 Gambar Scatterplots .....	69

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Izin Penelitian
- Lampiran 2 : Berita Acara Ujian Proposal Skripsi
- Lampiran 3 : Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 4 : Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi
- Lampiran 5 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 6 : Hasil Olah Data SPSS
- Lampiran 7 : Tabulasi Data