



**UNIVERSITAS  
PGRI ADI BUANA  
SURABAYA**

**SKRIPSI**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ORIFLAME  
PT. ORINDO ALAM AYU. (STUDI KASUS PADA MAHASISWA  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN ANGKATAN 2017  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA  
SURABAYA)**

SITI MAISYAROH

161500057

Dosen Pembimbing

I Ketut Surabagiarta, Drs, SE, MM

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2020

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
ORIFLAME PT. ORINDO ALAM AYU. (Studi Kasus Pada  
Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2017 Fakultas  
Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya).**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Manajemen (SM) Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

SITI MAISYAROH  
NIM : 161500057

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA  
2020**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Terhadap Produk Oriflame PT. Orindo Alam Ayu. (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya).

### Identitas Mahasiswa

- a. Nama : Siti Maisyaroh  
b. NIM : 161500057  
c. Program Studi : Manajemen  
d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya  
Alamat e-mail : [sitimaisyaroh511@gmail.com](mailto:sitimaisyaroh511@gmail.com)



Mengetahui,  
Ketua Program Studi,

Madu Bagus Dwiarta, S.E., M.M  
NIP/NPP : 1109598/DY

Surabaya, 12 Agustus 2020  
Dosen Pembimbing,

I Ketut Surabagiarta, Drs, SE,MM  
NIP/NPP : 1701834/DY

Menyetujui,

Dean Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Drs. H. Agus Purwanto, M.M  
NIP : 096012221990031001

## Lembar Berita Acara Ujian

Skripsi ini diterima dan disetujui oleh panitia ujian skripsi sarjana ekonomi program studi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya:

Nama Mahasiswa : Siti Maisyaroh  
NIM : 16150057  
Tanggal Ujian Skripsi : 29 Juli 2020  
Dosen Penguji : 1. Sugijanto, Drs., M.Ak.  
2. Nurdina, SE., M.M

Mengetahui,

Surabaya, 12 Agustus 2020

Penguji I



Sugijanto, Drs., M.Ak.

NIP/NPP : 0501487/DY

Penguji II



Nurdina, SE., M.M

NIP/NPP: 1609816/DY

---

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Siti Maisyaroh

NIM : 161500057

Program Studi : Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI  
Adi Buana Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian ini (skripsi) saya dengan judul : **“Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame PT. Orindo Alam Ayu. (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya).”** yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2019/2020 bersifat original.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 12 Agustus 2020



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil Alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyusun skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame PT. Orindo Alam Ayu. (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)”**.

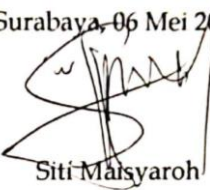
Selama proses penulisan hingga terselesaikannya skripsi ini, peneliti banyak mendapatkan motivasi dan dukungan dari beberapa pihak, untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Marianus Subandowo M.M selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Bapak Drs. H. Teguh Purwanto, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Bapak I Made Bagus Dwiarta S.E, M.M selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Bapak Drs. I Ketut Surabagiarta S.E, M.M selaku dosen pembimbing.
5. Orang Tua yang telah memberikan dukungan baik moral dan materi dari kecil hingga sekarang.
6. Kakak saya dan saudara-saudara saya yang lain telah memberikan dukungan , semangat dan hiburan dari kecil hingga sekarang.
7. Sahabat saya yang banyak membantu dan memberikan dukungan dan semangat.

8. Teman-temanku semua yang selalu ada dan selalu menyemangati.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, pendapat yang membangun dari semua pihak, akan diterima sebagai masukan. Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak diatas, mendapat balasan yang sepadan dari Allah SWT, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Surabaya, 06 Mei 2020



Siti Malsyaroh

## **ABSTRACT**

*This research can find out the influence of brand image variables and product quality variables on Oriflame product purchasing decisions. With a sample of 145 respondents and the technique in the study is the accidental sampling technique. Using a questionnaire then analyzed using SPSS version 24 by using regression test techniques and significance testing techniques. The results of the T-test analysis concluded that brand image variable and product quality variables have a partial and significant influence on purchasing decisions.*

**Keyword :** *Brand Image, Product Quality, Purchasing Decisions, Oriflame*



## ABSTRAK

Penelitian ini agar dapat mengetahui adanya pengaruh dari variabel citra merek dan variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Oriflame. Dengan sampel sebanyak 145 responden dan teknik yang ada dalam penelitian yaitu teknik *accidental sampling*. Menggunakan kuesioner kemudian dianalisis menggunakan SPSS versi yang 24 dengan menggunakan teknik uji regresi dan teknik uji signifikansi. Hasil analisis uji-T disimpulkan mengenai variabel citra merek dan variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang parsial dan signifikan kepada keputusan pembelian.

**Kata kunci** : Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Oriflame.

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
Halaman Judul.....	ii
Halaman Pengesahan .....	iii
Berita Acara Ujian Skripsi.....	iv
Surat Pernyataan Keaslian.....	v
Kata Pengantar.....	vi
<i>Abstract</i> .....	viii
Abstrak.....	ix
Daftar Isi .....	x
Daftar Tabel .....	xiv
Daftar Gambar .....	xv
Daftar Lampiran .....	xvi

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	6

### **BAB II TELAAH PUSTAKA**

2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori.....	13
2.2.1. Pemasaran .....	13
2.2.2. Manajemen Pemasaran .....	14
2.2.3. Citra Merek .....	15
2.2.3.1. Pengertian Citra Merek .....	15
2.2.3.2. Tujuan Pemberian Merek.....	15
2.2.3.3. Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek .....	16
2.2.3.4. Usaha Mempertahankan Citra Merek.....	17
2.2.3.5. Indikator Citra Merek.....	19

2.2.4. Kualitas Produk.....	20
2.2.4.1. Pengertian Kualitas Produk .....	20
2.2.4.2. Pentingnya Kualitas Produk .....	21
2.2.4.3. Beberapa Persyaratan Kualitas Produk .....	22
2.2.4.4. Faktor Yang mempengaruhi Kualitas Produk .....	23
2.2.4.5. Indikator Kualitas Produk.....	26
2.2.5. Keputusan Pembelian.....	27
2.2.5.1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	27
2.2.5.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	28
2.2.5.3. Indikator-Indikator Keputusan Pembelian .....	28
2.3. Kerangka Konseptual.....	30
2.4. Hipotesis .....	32

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1. Rancangan Penelitian.....	35
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.2.1. Populasi .....	36
3.2.2. Sampel .....	37
3.2.3. Teknik Pengambilan Sampel .....	38
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	38
3.3.1. Jenis Data.....	38
3.3.2. Sumber Data .....	39
3.4. Prosedur dan Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4.1. Prosedur Pengumpulan Data .....	39
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.4.3. Skala Pengukuran .....	40
3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	41
3.5.1. Variabel Penelitian .....	41
3.5.2. Definisi Operasional Variabel .....	42
3.5.2.1. Citra Merek.....	42

3.5.2.2. Kualitas Produk .....	43
3.5.2.3. Keputusan Pembelian .....	44
3.6. Teknik Analisis Data .....	44
3.6.1 Pengujian Instrumen Penelitian .....	44
3.6.2 Pengujian Asumsi Klasik .....	45
3.6.2.1 Uji Multikolinearitas .....	45
3.6.2.2 Uji Heteroskedastistas.....	46
3.6.2.3 Uji Autokorelasi .....	47
3.6.2.4 Uji Normalitas .....	48
3.6.3. Analisi Regresi Linier Berganda.....	48
3.6.4. Pengujian Hipotesis .....	49
3.6.4.1 Uji Parsial (Uji t).....	49
3.5.4.2 Uji Simultan (Uji F).....	50
3.7. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	51
3.7.1 Lokasi Penelitian .....	51
3.7.2 Waktu Penelitian .....	51

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

4.1. Hasil Penelitian .....	53
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	53
4.1.1.1. Visi.....	55
4.1.1.2. Misi.....	55
4.1.2. Struktur Organisasi dan <i>Job</i> Deskripsi .....	56
4.1.3. Deskripsi Hasil Penelitian.....	59
4.2. Gambaran Umum Responden .....	60
4.2.1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
4.2.2. Data Responden Berdasarkan Usia .....	60
4.3. Deskripsi Hasil Penelitian .....	61
4.3.1. Distribusi Variabel Citra Merek .....	61
4.3.2. Distribusi Variabel Kualitas Produk.....	62
4.3.3. Distribusi Variabel Keputusan Pembelian .....	63

4.4. Analisis Data .....	64
4.4.1. Uji Instrumen Penelitian .....	65
4.4.1.1. Uji Validitas .....	65
4.4.1.2. Uji Reliabilitas .....	66
4.4.2. Uji Asumsi Klasik.....	68
4.4.2.1. Uji Normalitas.....	68
4.4.2.2. Uji Multikolinearitas .....	69
4.4.2.3. Uji Heteroskedastistas .....	70
4.4.2.4. Uji Autokorelasi.....	71
4.4.3. Analisis Koefisien Determinasi .....	72
4.4.4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
4.4.5. Pengujian Hipotesis .....	74
4.4.5.1. Uji Parsial (Uji t) .....	74
4.4.5.2. Uji Simultan (Uji F).....	75
4.5. Pembahasan Hasil Penelitian.....	76
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan .....	79
5.2. Saran.....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1. Top Brand Index Kategori <i>Sun Care</i> Tahun 2017-2019 .....	3
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 3.1. Skor Skala <i>Likert</i> .....	41
Tabel 4.1. Data Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
Tabel 4.2. Data Berdasarkan Kelas pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen angkatan 2017.....	61
Tabel 4.3. Tabel Distribusi Frekuensi Citra Merek .....	62
Tabel 4.4. Tabel Distribusi Frekuensi Kualitas Produk.....	63
Tabel 4.5. Tabel Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian .....	64
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas.....	65
Tabel 4.7. Hasil Uji Reliabilitas .....	67
Tabel 4.8. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	68
Tabel 4.9. Analisis Koefisien Determinasi.....	72
Tabel 4.10. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	73
Tabel 4.11. Uji t .....	74
Tabel 4.12. Uji F .....	75

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual .....	31
Gambar 3.1. Rancangan Penelitian .....	36
Gambar 4.1. Struktur Organisasi.....	56
Gambar 4.2. Uji Normalitas .....	69
Gambar 4.3. Uji Heterokedastistas.....	71

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2 : Lembar Persetujuan
- Lampiran 3 : Berita Acara Sempro
- Lampiran 4 : Surat Izin Penelitian Dari Fakultas Ekonomi
- Lampiran 5 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 6 : Tabulasi Penelitian
- Lampiran 7 : Rekapitulasi Total Skor Jawaban Responden
- Lampiran 8 : Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 9 : Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 10 : Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*
- Lampiran 11 : Normal P-P Plot
- Lampiran 12 : Heteroskedastistas Uji Glejser
- Lampiran 13 : Scatterplot
- Lampiran 14 : Uji Multikolinearitas, Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji t
- Lampiran 15 : Uji Autokorelasi Runs Test
- Lampiran 16 : Uji F
- Lampiran 17 : Koefisien Determinasi