

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PASTA GIGI CIPTADENT DI
WILAYAH CIKARANG UTARA**

SKRIPSI



OLEH :

KIKI WIDIA SARI

NIM : 112010287

**POGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PASTA GIGI CIPTADENT DI
WILAYAH CIKARANG UTARA**

**Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen**

SKRIPSI



OLEH :

KIKI WIDIA SARI

NIM : 112010287

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI**

2024

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi :

Nama Mahasiswa : Kiki Widia Sari
NIM : 112010287
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pasta Gigi Ciptadent Di Wilayah Cikarang Utara

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 20 Juli 2024
Pembimbing,



Etty Zuliawati Zed, S.E., M.M
NIDN : 0416077402

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PASTA GIGI CIPTADENT
DI WILAYAH CIKARANG UTARA**

Dipersiapkan dan disusun oleh:
Kiki Widia Sari
112010287

Telah dipertahankan di depan dewan penguji Skripsi pada hari Sabtu, tanggal 20, bulan Juli, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Ketua Penguji,
Dr. Hj. Surya Bintarti, S.E.,M.M
NIDN : 0423107203

Tanda Tangan



.....

Anggota Penguji
Dr. Suriyanti, S.E.,M.M
NIDN : 0412046503

Tanda Tangan



.....

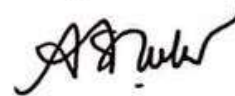
Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Yunita Ramadhani RDS,S.E.,M.Sc.
NIDN : 0406068402



Dr. Preatmi Nurastuti.,S.E.,M.M
NIDN: 0404046508

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kiki Widia Sari
NIM : 112010287
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain yang telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 20 Juli 2024



Kiki Widia Sari
112010287

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Kemarin aku menjadi pintar, aku ingin mengubah dunia. Hari ini aku menjadi lebih bijak, aku ingin mengubah diriku sendiri”

“Fa inna ma’al usri yusra, Inna ma’al usri yusra”

“Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah ayat 5-6)

Karya ini ku persembahkan kepada :

- Bapak cinta pertamaku yaitu bapak Asim dan Ibundaku tercinta ibu Manis pintu syurgaku yang telah mengasuh dan mendidik ku dengan penuh kasih sayang, mustahil jika tanpa doa beliau aku sampai dititik saat ini, semoga Kedua Orangtuaku bangga terhadapku dan semoga beliau selalu diberikan kesehatan dan nikmat panjang umur oleh Allah SWT.
- Kakaku yang kucinta terimakasih selalu mendukung setiap langkahku dan selalu mendo’akan yang terbaik untukku.
- Untuk mas T, terimakasih atas dukungan, motivasi, do’a serta cinta yang telah kamu berikan kepada penulis. Serta terimakasih telah setia dan amat sangat penyabar dengan tutur kata yang lemah lembut untuk memberikan saran dan meluangkan waktunya untuk menjadi tempat dan pendengar terbaik penulis sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
- Putri Radia Sari. Sepupu sekaligus sahabat, besti, terimakasih selama selalu ada dalam setiap cerita termasuk masa pendidikan perkuliahan ini terimakasih semangat dan motivasi yang selalu tersampaikan untuk penulis.
- Ibu Etty Zuliawati Zed, S.E., M.M Dosen pembimbingku, terimakasih atas segala bimbingan, arahan dan ilmu pengetahuannya serta teladan yang sangat berharga semoga ibu sehat selalu.
- Teman-teman seperjuangan perkuliahan ini, terimakasih kalian mampu bertahan dan berjuang dengan segala permasalahan, terimakasih sudah hadir dalam masa pendidikan ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Proposal dengan judul “Pengaruh citra merek, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian di wilayah Cikarang Utara” .

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang setulusnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan baik berupa bimbingan, dorongan motivasi, arahan serta doa selama proses penulisan laporan penelitian ini berlangsung. Selain itu ucapan terimakasih juga tidak lupa pula disampaikan oleh penulis kepada :

1. Ibu Etty Zuliawati Zed, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing kami, yang memberikan dorongan, masukan kepada penulis, selaku pembimbing utama yang telah membimbing, meluangkan waktu, memberikan banyak kemudahan, memberikan masukan, keteladanan serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan proposal ini.
2. Tim penguji terimakasih telah berkenan memberikan masukan untuk penyempurnaan naskah mulai dari gagasan awal tema penelitian hingga selesainya Proposal ini.
3. Ibu Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc, dan Bapak Wachid Hasyim, S.E., M.M, selaku ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEBIS) Universitas Pelita Bangsa, beserta seluruh staf yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat menulis Proposal Mahasiswa.
4. Ibu Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEBIS) Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun materil kepada penulis.
5. Bapak Hamzah Muhammad Mardi Putra, S.K.M., M.M., D.B.A, selaku Rektor Universitas Pelita Bangsa.

6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEBIS) yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati, dan membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian Proposal ini.
7. Orangtua penulis, Bapak dan Ibu yang telah mengasuh, mendidik, membesarkan serta mendoakan penulis dengan penuh kesabaran, keteladanan, pengorbanan yang tidak terhingga. Semoga Allah SWT membalas semuanya dengan menempatkan keduanya pada Jannah-Mu bersama orang-orang yang beriman.
8. Saudara Kandung Penulis terimakasih atas segala doa dan dukungannya.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tdk langsung dalam proses penyelesaian Proposal ini.

Penulis menyadari dalam Skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif. Semoga Skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu dimasa yang akan datang.

Bekasi, 20 Juli 2024

Penulis,



Kiki Widia Sari

112010287

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL SKRIPSI	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRACT	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	11
2.1.1.1 Indikator Keputusan Pembelian.....	11
2.1.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	12
2.1.1.3 Dimensi Keputusan pembelian	13
2.1.2 Pengertian Citra Merek	13
2.1.2.1 Indikator Citra Merek	14
2.1.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek	15
2.1.2.3 Dimensi Citra Merek	16
2.1.3 Pengertian Kualitas Produk.....	16
2.1.3.1 Indikator Kualitas Produk.....	16
2.1.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	17
2.1.3.3 Dimensi Kualitas Produk	18
2.1.4 Pengertian Promosi	19
2.1.4.1 Indikator Promosi	20
2.1.4.2 Faktor yang Mempengaruhi Promosi	20
2.1.4.3 Dimensi Promosi	22
2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	22
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian.....	26
2.3.1 Hipotesis.....	26
2.3.2 Model Penelitian	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis dan Desain Penelitian	32

3.1.1 Jenis Penelitian.....	32
3.1.2 Desain Penelitian.....	32
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	34
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	35
3.3.1 Definisi Operasional	35
3.3.2 Pengukuran Variabel.....	38
3.4 Populasi dan Metode Pengambilan Sampel	38
3.5 Jenis, Sumber dan Metode Pengumpulan Data	39
3.5.1 Jenis Pengumpulan Data dan Sumber Data	39
3.5.2 Metode Pengumpulan Data	40
3.6 Metode Analisis Data	41
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif	41
3.6.1.1 Uji Validitas.....	41
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	42
3.6.2 Analisis Uji Asumsi Klasik.....	42
3.6.2.1 Uji Normalitas	42
3.6.2.2 Uji Heteroskedastisitas	42
3.6.2.3 Uji Multikolinearitas.....	43
3.6.3 Uji Hipotesis	43
3.6.3.1 Uji Parsial (Uji t)	43
3.6.3.2 Uji Simultan (Uji F).....	44
3.6.4 Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>)	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Hasil Penelitian.....	46
4.1.1 Hasil Penelitian Gambaran Umum Profil Perusahaan	46
4.1.1.1 Produk Ciptadent	46
4.2 Hasil Analisis Data.....	47
4.2.1 Karakteristik Responden	47
4.3 Hasil Uji Kelayakan Data.....	50
4.3.1 Uji Validitas	50
4.3.2 Uji Reliabilitas	52
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	52
4.4.1 Uji Normalitas.....	53
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	55
4.4.3 Uji Multikolinearitas	56
4.5 Hasil Uji Hipotesa	57
4.5.1 Uji Parsial (Uji t).....	57
4.5.2 Uji Simultan (Uji F)	58
4.6 Koefisien Determinasi	59
4.7 Pembahasan	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 <i>Top Brand Index</i> Pasta Gigi 2020 – 2023	2
Tabel 1. 2 Perbandingan persentase penjualan dan kualitas kandungan.....	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian	34
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 3. 3 Bobot Penilaian Skala Likert	38
Tabel 4. 1 Deskripsi Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4. 2 Deskripsi Data Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4. 3 Deskripsi Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	48
Tabel 4. 4 Deskripsi Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4. 5 Deskripsi Data Responden Berdasarkan Pendapatan Setiap Bulan	49
Tabel 4. 6 Uji Validitas Variabel Citra Merek	50
Tabel 4. 7 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	51
Tabel 4. 8 Uji Validitas Variabel Promosi	51
Tabel 4. 9 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	51
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4. 11 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	54
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
Tabel 4. 13 Uji Asumsi Multikolinieritas	56
Tabel 4. 14 Hasil Uji F.....	54
Tabel 4. 15 Hasil Hipotesis dengan Uji-T (Parsial)	56
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	30
Gambar 3. 1 Desain Penelitian	33
Gambar 4. 1 Asumsi Normalitas Histogram	53
Gambar 4. 2 Normal P-P Plot Uji Asumsi Normalitas	54
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	72
Lampiran 2 Data 100 Responden.....	76
Lampiran 3 Hasil Data Responden	80
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas diOutput SPSS 25	86
Lampiran 5 Hasil Olah Data SPSS 25.....	91

The Effect Brand Image, Product Quality And Promotion On The Purchasing Decisions For Ciptadent Toothpaste In The Nort Cikarang Area

**Kiki Widia Sari¹⁾
Etty Zuliawati Zed²⁾**

Abstrack

A company faces various obstacles and attractive business prospects in addition to current business developments. Dental hygiene is an important need because of the importance of oral health, people try to care for their teeth, especially in choosing toothpaste. One way for a business to grow and build a presence in the market is by creating a good brand image, good product quality and ongoing promotions to attract consumers to buy. The aim of this research is to determine the influence of image, product quality and promotion on decisions about Ciptadent toothpaste. This research was conducted in the North Cikarang Region using a non-probability sampling technique using a purposive sampling method. Data collection was carried out using quantitative techniques. The data source obtained was primary data using a questionnaire with a Likert scale. Then this research uses data techniques: validity test, reliability test, classic assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test), linear regression analysis test (hypothesis test f test and t test) and coefficient of determination test using the SPSS application. The research results show that the t test of the brand image variable has a positive and significant effect on purchasing decisions ($0.001 < 0.05$), while the product quality variable has no significant effect on purchasing decisions ($0.078 > 0.05$) the promotion variable has a positive and significant effect on purchasing decisions ($0.006 < 0.05$) and the variables of brand image, product quality and promotion jointly influence the decision to purchase Ciptadent toothpaste.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Promotion and Purchasing Decisions

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PASTA GIGI
CIPTADENT DI WILAYAH CIKARANG UTARA**

Kiki Widia Sari¹⁾

Etty Zuliawati Zed²⁾

ABSTRAK

Sebuah perusahaan menghadapi berbagai kendala dan prospek bisnis yang menarik di samping perkembangan bisnis saat ini. Kebersihan gigi adalah kebutuhan yang penting karena pentingnya kesehatan mulut, masyarakat berusaha untuk merawat giginya, terutama dalam memilih pasta gigi. Salah satu cara bagi bisnis untuk tumbuh dan membangun kehadiran di pasar dengan membuat citra merek yang baik, kualitas produk yang bagus dan promosi yang terus diberikan agar menarik konsumen untuk membeli. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh citrak, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pada pasta gigi ciptadent. Penelitian ini dilakukan di Wilayah Cikarang Utara dengan teknik non probability sampling metode purposive sampling. Pengambilan data dilakukan menggunakan teknik Kuantitatif. Sumber data yang didapatkan yaitu dari data primer dengan menggunakan penyebaran kuesioner dengan skala likert. Kemudian penelitian ini menggunakan teknik data: uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskadastisitas), uji analisis regresi linier (uji hipotesis uji f dan uji t) dan uji koefisien determinasi menggunakan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji t variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian ($0,001 < 0,05$), sedangkan variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ($0,078 > 0,05$) variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ($0,006 < 0,05$) dan variabel citra merek, kualitas produk dan promosi berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pasta gigi Ciptadent.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi dan Keputusan Pembelian