



**PENGARUH CITRA MEREK, BAURAN PRODUK, DAN MEDIA IKLAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN DETTOL DI
SWALAYAN RAMA JUWANA**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muria Kudus

Oleh :

FITRIA ANGGRAENI

NIM. 2012-11-168

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2017

**PENGARUH CITRA MEREK, BAURAN PRODUK, DAN MEDIA IKLAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN DETTOL DI
SWALAYAN RAMA JUWANA**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

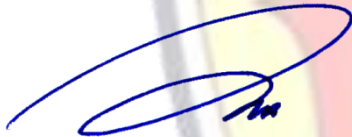
Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus, februari 2017

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I



Noor Azis,SE,MM
NIDN.0609107501

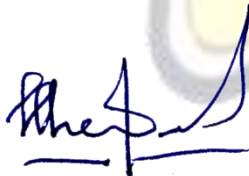


Drs.H.Masluri,MM
NIDN.0010105401

Mengetahui,

Dekan

Pembimbing II



Dr. H. Mochammad Edris, Drs. MM
NIDN. 0618066201



Dr. Supriyono, SE, MM
NIDN. 0614037104

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Barang siapa menuntut ilmu, maka Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surge. Dan tidaklah berkumpul suatu kaum disalah satu dari rumah-rumah Allah, mereka membaca kitabullah dan saling mengajarkan diantara mereka, kecuali akan turun kepada mereka ketenangan, diliputi dengan rahmah, dikelilingi oleh para malaikat, dan Allah akan menyebut-nyebut mereka kepada siapa saja yang ada disisi-Nya”

(H.R Muslim dalam Shahih-nya)

Kesabaran, Kerja Keras, Usaha, Niat, serta iringan Do'a adalah kunci dari keberhasilan. Berani memulai berarti berani untuk berusaha, Apapun yang kita inginkan mungkin tidak semuanya dapat kita raih. Walaupun terkadang Allah tidak memberi apa yang kita inginkan tapi Allah memberi apa yang kita butuhkan, Namun yakinlah bahwa rencana Allah itu lebih indah.

PERSEMBAHAN :

1. Untuk Ayah dan Ibu tercinta
2. Adik-adik yang aku sayangi
3. Untuk Kakak tercinta
4. Rekan - rekan Seperjuangan Ekonomi Manajemen Paralel angkatan 2012
5. Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT dan junjungan kita Nabi Muhammad SAW, atas rahmat, hidayah, serta karunia-Nya. Karena atas kehendaknya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Bauran Produk, dan Media Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Merek Dettol di Swalayan Rama Juwana”. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S1) pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. Pada proses pembuatan skripsi ini, penulis sepenuhnya sadar akan banyaknya dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bpk Dr. H. Mochammad Edris, Drs, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
2. Bpk Drs. H. Masluri, MM, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan koreksi dan bimbingan dalam penyusunan skripsi.
3. Bpk Dr. Supriyono, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah membantu penulis dalam memberikan masukan serta pemikiran dalam proses penyusunan skripsi.
4. Untuk dosen-dosen Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ilmunya dan memberikan masukan dalam penyusunan skripsi.

5. Untuk Kedua Orang tuaku Bapak Sujadi dan Ibu Mujiati yang tiada hentihentinya mendoakan dan memberi nasihat. Beliaulah yang menjadi panutan dalam hidupku selama ini.
6. Untuk seseorang yang selalu memotivasi dan memberikan dukungan sepenuhnya bagiku yang sangat aku sayangi Edi Lukito.
7. Dan untuk sahabat-sahabat yang aku sayangi Silvia Gita, Dwi Anik, Yuli Dwi, Aprilia, Yuni puspita, Cintya Riski, Sri Handayani.
8. Teman-teman Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus Angkatan 2012 (Anis Sofiana, Latifatus Sariroh, Reni Tri Astiti, Mujiwati)
9. Untuk Responden pelanggan di Swalayan Rama Juwana yang sudah bersedia membantu dalam mengisi kuesioner sebagai bahan dalam penelitian ini.
10. Pihak-pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi orang lain, dan senantiasa menambah wawasan, dan pengalaman baru yang dapat berguna bagi yang membaca. Untuk menyempurnakan skripsi ini kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan oleh peneliti.

Kudus,
Penulis

Fitria Anggraeni
NIM. 2012-11-168

**PENGARUH CITRA MEREK, BAURAN PRODUK, DAN MEDIA IKLAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN DETTOL DI
SWALAYAN RAMA JUWANA**

Nama : Fitria Anggraeni

NIM : 201211168

Pembimbing 1. Drs.H.MASLURI,MM

2. Dr. Supriyono, SE, MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk meneliti pengaruh citra merek, bauran produk dan media iklan terhadap keputusan pembelian sabun Dettol di Swalayan Rama Juwana. Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Metode Pengumpulan data menggunakan kuesioner, populasi pada penelitian ini tak terhingga jumlahnya, sedangkan sampel penelitian ini berjumlah 100 responden. Pengolahan datanya menggunakan *scoring, editing, coding, dan tabulating*, dan proses input data ke komputer. Uji instrumen data dilakukan dengan uji validitas dan uji reabilitas. Analisis data menggunakan analisis regresi uji t (uji parsial), uji F (uji berganda), dan analisis koefisien determinasi (*adjusted R square*).

Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hal ini terlihat dari nilai regresi 0.302 dengan t hitung 2.495 lebih besar dari t tabel (1.984), Bauran Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian terlihat dari nilai regresi 0.308 dengan t hitung 3.323 lebih besar dari t tabel (1.984), Media iklan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian terlihat dari nilai regresi 0.440 dengan t hitung 3.817 lebih besar dari t tabel (1.984), Citra merek, bauran produk dan media iklan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sabun Dettol di Swalayan Rama Juwana. Hal ini terlihat dari nilai signifikan F hitung sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05.

Kata Kunci : Citra merek, bauran produk, dan media iklan

*THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE , MIX PRODUCTS ,
AND ADVERTISING MEDIA BUYING DECISIONS DETTOL SOAP
IN SUPERMARKETS RAMA JUWANA*

Name : Fitria Anggraeni

NIM : 201211168

Supervisor 1. Drs. H Masluri, MM

2. Dr. Supriyono, SE, MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI STUDI MANAJEMEN**

ABSTRACT

The objective of this study was to investigate the influence of brand image, product mix and advertising media on purchasing decisions Dettol soap in Supermarkets Rama Juwana. Data used in the study are primary data and secondary data. Data collection methods using questionnaires, the population in this study countless, whereas the sample of 100 respondents. Processing data using scoring, editing, coding, and tabulating, and process input data to the computer. Test instruments The data validity and reliability testing. Analysis of data using regression analysis t test (partial test), F test (multiple testing), and coefficient of determination (adjusted R -square).

Brand image significantly influence the purchase decision it is seen from the regression 0302 with t calculate 2,495 bigger than t table (1,984), Product Mix significantly influence purchasing decisions seen from the regression of 0308 with the t 3.323 is greater than t table (1,984), advertising media significantly influence purchasing decisions seen from the regression of 0440 with 3,817 t is greater than t table (1984), brand image, product mix and advertising media significantly influence purchasing decisions at Supermarket Dettol soap is seen Rama Juwana. Hal of significant value F arithmetic of 0.000 is less than 0.05.

Keywords : Brand image, product mix, and advertising media

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
RINGKASAN / ABSTRAKSI.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup.....	5
1.3. Perumusan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Keputusan Pembelian.....	8
2.1.1. Proses Keputusan Pembelian	11
2.2. Pengertian Citra Merek	13
2.2.1. Pengertian Merek	13
2.2.2. Peran Merek	15

2.2.3. Citra Merek	16
2.2.4. Faktor Pembentuk Citra Merek.....	17
2.3. Bauran Produk.....	18
2.4. Media Iklan	20
2.4.1. Tujuan Iklan	22
2.4.2. Jenis Media Iklan	23
2.5. Tinjauan Penelitian Terdahulu	24
2.6. Kerangka Pikir Teoritis.....	30
2.7. Hipotesis.....	32
BAB III. METODE PENELITIAN	33
3.1. Rancangan Penelitian.....	33
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	34
3.2.1. Variabel Penelitian.....	34
3.2.2. Definisi Operasional Variabel.....	34
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	36
3.4. Populasi dan Sampel	37
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6. Uji Instrumen Data.....	40
3.7. Pengolahan Data.....	43
3.8. Analisis Data	44
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	49
4.1.1. Gambaran Umum Tentang Swalayan Rama.....	49

4.2. Penyajian Data	52
4.2.1. Data Identitas Responden.....	52
4.2.2. Variabel Penelitian.....	55
4.3. Analisis Data	58
4.3.1. Statistik Deskriptif	58
4.3.2. Analisis Regresi Linier Berganda	60
4.3.3. Uji Hipotesis	61
4.4. Pembahasan.....	65
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1. Kesimpulan	71
5.2. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

TABEL	Halaman
1.1 Produsen Sabun Mandi di Indonesia.....	2
1.2 Top Brand Sabun Mandi Antiseptik Tahun 2016.....	4
3.1 Hasil Uji Validitas	41
3.2 Hasil Uji Reliabilitas	42
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	54
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek.....	55
4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Bauran Produk	56
4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Media Iklan.....	57
4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	58
4.9 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	59
4.10 Hasil Analisis Linier Berganda.....	60
4.11 Hasil Uji t.....	62
4.12 Hasil Uji F	64
4.13 Hasil Uji Determinasi.....	65

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	Halaman
2.1 Tahap – Tahap Proses Keputusan Pembelian	12
6.2 Kerangka Pikir	31

