



**PENGARUH PERSEPSI HARGA, VARIASI PRODUK
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK NIVEA *BODY LOTION*
(STUDI PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI
MANAJEMEN UNIVERSITAS MURIA KUDUS
ANGKATAN TAHUN 2021)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

AMELIA NURUL PUTRIANA
NIM. 2020-11-555

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
2024**



**PENGARUH PERSEPSI HARGA, VARIASI PRODUK
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK NIVEA *BODY LOTION*
(STUDI PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI
MANAJEMEN UNIVERSITAS MURIA KUDUS
ANGKATAN TAHUN 2021)**

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

Oleh :

AMELIA NURUL PUTRIANA
NIM. 2020-11-555

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, VARIASI PRODUK DAN *BRAND*
IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK NIVEA *BODY LOTION*
(STUDI PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MURIA KUDUS ANGKATAN TAHUN 2021)**

Nama : Amelia Nurul Putriana
NIM : 202011555
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 19 Juli 2021

Pembimbing I



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN 0024037701

Pembimbing II



(Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP)
NIDN 0603067701

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN 0024037701

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, VARIASI PRODUK DAN *BRAND*
IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK NIVEA *BODY LOTION*
(STUDI PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MURIA KUDUS ANGKATAN TAHUN 2021**

Nama : Amelia Nurul Putriana
NIM : 202011555
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,.....

Mengetahui,
Ketua Program Studi



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)

NIDN. 0024037701

Pembimbing I



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)

NIDN. 0024037701

Mengetahui,
Dekan



(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M)

NIDN. 0616077304

Pembimbing II



(Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP)

NIDN. 0603067701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

Jangan kamu merasa lemah dan jangan bersedih, sebab kamu paling tinggi derajatnya jika kamu beriman.

(Q.S Ali Imran: 139)

Ketahuiilah bahwa kemenangan bersama kesabaran, kelapangan bersama kesempitan dan kesulitan bersama kemudahan.

(HR. Tirmidzi)

Agama tanpa ilmu adalah buta, ilmu tanpa agama adalah lumpuh.

(Albert Einstein)

Persembahan:

1. Orangtua: Bapak Nur Ekfan dan Ibu Istiana
2. Adik: Buana Iswan Saputra

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas segala rahmat dan karunia Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai tugas akhir Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus, dengan judul **Pengaruh Persepsi Harga, Variasi produk dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nivea *Body Lotion* (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus Angkatan Tahun 2021)**. Keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan bimbingan serta dukungan dari semua pihak. Dengan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus dan selaku dosen pembimbing 1 yang sudah memberi motivasi, pengarahan dan bimbingan kepada penulis hingga skripsi ini selesai.
4. Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP., selaku dosen pembimbing 2 yang juga sudah memberikan motivasi, pengarahan dan bimbingan kepada penulis hingga skripsi ini selesai.
5. Orang tua, Bapak Nur Ekfan dan Ibu Istiana yang telah memberikan doa, motivasi dan dukungan secara moril maupun materil hingga skripsi ini selesai.

6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang mana mereka telah menyumbangkan tenaga dan pikiran dalam proses penyusunan skripsi hingga selesai.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan karena adanya keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya. Oleh karena itu nasihat yang bermanfaat diharapkan oleh penulis untuk kesempurnaan skripsi ini.

Kudus, Juli 2024

Penulis



Amelia Nurul Putriana
NIM. 202011555

PENGARUH PERSEPSI HARGA, VARIASI PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK NIVEA *BODY LOTION*
(STUDI PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MURIA KUDUS ANGKATAN TAHUN 2021)

AMELIA NURUL PUTRIANA
NIM. 202011555

Pembimbing 1: Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M
2: Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Meningkatnya kebutuhan seseorang terhadap perawatan kulit mampu menciptakan persaingan di bidang industri kosmetik. Perusahaan-perusahaan mulai melakukan analisis dan mengembangkan strategi pemasaran untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, variasi produk, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian produk Nivea *body lotion*. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus angkatan tahun 2021. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 80. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variasi produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Persepsi harga, variasi produk, dan *brand image* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: persepsi harga, variasi produk, *brand image*, keputusan pembelian

***THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTIONS, PRODUCT VARIATIONS
AND BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISIONS FOR NIVEA BODY
LOTION PRODUCTS
(STUDY ON STUDENTS OF THE UNIVERSITAS MURIA KUDUS
MANAGEMENT STUDY PROGRAM CLASS OF 2021)***

AMELIA NURUL PUTRIANA
NIM. 202011555

Guide 1: Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.,
2: Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS PROGRAM STUDY
MANAGEMENT**

ABSTRACT

The increasing need for skin care can create competition in the cosmetics industry. Companies are starting to conduct analyses and develop marketing strategies to improve consumer purchasing decisions. This research analyzes the influence of price perceptions, product variations, and brand image on purchasing decisions for Nivea body lotion products. The population in this study were students of the Muria Kudus University Management Study Program class of 2021. The number of respondents in this study was 80. Sampling used a purposive sampling technique. The data analysis technique in this research uses the SPSS program. The research results show that price perception has a positive and significant effect on purchasing decisions, product variety has no effect and is not significant on purchasing decisions, brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions. Price perception, product variety and brand image simultaneously have a positive and significant influence on purchasing decisions.

Keywords: price perception, product variety, brand image, purchasing decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup.....	9
1.3. Perumusan Masalah.....	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	10
1.5. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Perilaku Konsumen	12
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	17
2.1.3 Persepsi Harga.....	25
2.1.4 Variasi Produk	28
2.1.5 Brand Image	30
2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	33
2.3 Penelitian Terdahulu.....	36
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	39
2.5 Hipotesis Penelitian.....	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 Rancangan Penelitian	42
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	43

3.3 Jenis dan Sumber Data	48
3.4 Populasi dan Sampel	49
3.5 Pengumpulan Data	50
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	51
3.7 Pengolahan Data.....	52
3.8 Analisis Data	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	57
4.2 Penyajian Data.....	57
4.2.1 Deskripsi Data Responden	57
4.2.2 Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Variabel Penelitian	58
4.3 Analisis Data	63
4.3.1 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	63
4.3.2 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	64
4.3.3 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	67
4.3.4 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	68
4.3.5 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	70
4.3.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>).....	71
4.4 Pembahasan	72
4.4.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	72
4.4.2 Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	73
4.4.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN-LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Tabel Perbandingan Harga Produk Body Lotion	6
Tabel 1.2 Tabel Perbandingan Variasi Produk Body Lotion	6
Tabel 1.3 Top Brand Award Hand & Body Lotion.....	8
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	57
Tabel 4.2 Usia Responden.....	58
Tabel 4.3 Frekuensi Variabel Persepsi Harga.....	59
Tabel 4.4 Frekuensi Variabel Variasi Produk	60
Tabel 4.5 Frekuensi Variabel Brand Image	61
Tabel 4.6 Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....	62
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	63
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas.....	65
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolonieritas.....	66
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	67
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	67
Tabel 4.13 Hasil Uji Parsial (Uji T)	69
Tabel 4.14 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	71
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	722

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Top Brand Award Hand & Body Lotion.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	40

