

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HAND
SANITIZER DETTOL PADA MASA PANDEMI COVID-19**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Bhayangkara Jakarta Raya)**

Skripsi

Oleh :

Rafika Dewinta Hastuti

201710325108



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2021

LEMBARAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Dettol Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Rafika Dewinta Hastuti

NPM : 201710325108

Program Studi/ Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 08 Juli 2021

Jakarta, 09 Juli 2021

MENYETUJUI,
Pembimbing



Haryudi Anas, S.E., M.S.M
NIDN : 0317117801

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap
Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Dettol Pada Masa
Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Rafika Dewinta Hastuti

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325108

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 08 Juli 2021

Jakarta, 09 Juli 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA., CRA

NIDN : 0309048102

Anggota Penguji I : Haryudi Anas, S.E., M.S.M

NIDN : 0317117801

Anggota Penguji II : Christophorus Indra Wahyu Putra, M.Si

NIDN : 0331086601

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen



Dr. Hadita, S.Pd., M.M

NIDN : 0329048302

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Istianingsih M.S. Ak., CA., CSRA., CACP.

NIDN : 0318107101

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Dettol Pada Masa Pandemi Covid-19.

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digunakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 12 Juni 2021

Yang membuat pernyataan,



Rafika Dewinta Hastuti

201710325108

ABSTRAK

Rafika Dewinta Hastuti, 201710325108. Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Dettol Pada Masa Pandemi Covid-19.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh citra merek (X1) dan persepsi kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) hand sanitizer Dettol pada masa pandemi Covid-19. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas bhayangkara jakarta raya. Dengan sampel penelitian yaitu sebanyak 95 orang, dengan menggunakan rumus *slovin* dan teknik *purposive sampling* yang. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 25. Hasil Uji t, menunjukkan variabel citra merek (X1) secara parsial dengan t-hitung sebesar 5,708 dan t-tabel sebesar 1,985. Variabel persepsi kualitas produk (X2) berpengaruh secara parsial dengan t-hitung sebesar 2,265 dan t-tabel sebesar 1,985. Hasil Uji F. menunjukkan bahwa citra merek (X1) dan persepsi kualitas produk (X2) berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian (Y) dengan F-hitung sebesar 97,298 dan F-tabel 3,09. Hasil Uji Koefisien determinasi *R square*, diperoleh sebesar 0,672. Yang artinya pengaruh citra merek (X1) dan persepsi kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y), sebesar 67,2% dan sisanya sebesar 32,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci : Citra Merek, Persepsi Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Rafika Dewinta Hastuti, 201710325108. *Effect of Brand Image, Perception of Product Quality on Dettol Hand Sanitizer Purchase Decisions During the Covid-19 Pandemic.*

This study aims to examine how much influence brand image (X1) and product quality perception (X2) have on purchasing decisions (Y) for Dettol hand sanitizers during the Covid-19 pandemic. This research is a quantitative research with non-probability sampling method with purposive sampling technique. The population in this study were students of the Faculty of Economics and Business, Bhayangkara University, Jakarta Raya. The research sample is 95 people, using the Slovin formula and purposive sampling technique. The results of the t-test, show the brand image variable (X1) partially with a t-count of 5.708 and a t-table of 1.985. Product quality perception variable (X2) has partial effect with t-count of 2.265 and t-table of 1.985. F. Test results show that brand image (X1) and product quality perception (X2) have a simultaneous effect on purchasing decisions (Y) with an F-count of 97.298 and an F-table of 3.09. Test Results The coefficient of determination R square, obtained at 0.672. Which means that the influence of brand image (X1) and product quality perception (X2) on purchasing decisions (Y) is 67.2% and the remaining 32.8% is influenced by other factors.

Keywords: Brand Image, Product Quality Perception, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Dettol Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)”.

Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing penulis, baik tenaga, ide-ide, maupun pemikiran. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah Subhanahu Wa Ta’ala atas nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Kersono, SH, MM selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Istaningsih Sastrodihajo, M.S. AK., CA., CSRA., CMA., CACP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Hadita, S.Pd., M.M selaku Kaprodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Bapak Haryudi Anas , S.E., M.S.M selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu mengarahkan pembuatan skripsi ini.
6. Yth Seluruh Bapak/Ibu Dosen Prodi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing dan mengajarkan penulis ilmu-ilmu yang bermanfaat.
7. Orang tua khususnya umi dan ayah yang selalu mendoakan dan memberikan semangat kepada penulis.
8. Untuk adik saya Rizki Amalia yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
9. Untuk Dinda Sherina Darmadi, Fitri Aulia Rahma, Gloria Trifena, Ni Wayan Liniawati, dan Syifani Hidayah yang selalu memberikan semangat dan bantuannya.
10. Teman-teman yang berada di kelas A2 Manajemen yang selalu memberikan semangat.

11. Dan semua teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2017.

Penulis sangat menyadari sepenuhnya bahwa di dalam skripsi ini terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis berharap adanya saran dan kritik yang sangat bermanfaat untuk demi perbaikan skripsi yang telah penulis buat di masa yang akan datang dan memberikan kontribusi positif bagi pembaca.

Jakarta, 12 Juni 2021

Rafika Dewinta Hastuti

201710325108



DAFTAR ISI

LEMBARAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Batasan Masalah.....	5
1.6 Sistematika Penelitian	5
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Citra Merek	6
2.1.1 Pengertian Citra Merek	6
2.1.2 Indikator-indikator Citra Merek.....	6
2.2 Persepsi Kualitas Produk.....	10
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	10
2.2.1 Persepsi Kualitas Produk	10
2.2.2 Indikator-indikator Persepsi Kualitas	11
2.3 Keputusan Pembelian.....	11

2.3.1	Pengertian Keputusan Pembelian	11
2.3.2	Indikator Keputusan Pembelian	14
2.4	Penelitian Terdahulu	17
2.5	Kerangka Pemikiran	19
2.6	Perkembangan Hipotesis	19
BAB III	21
METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1	Desain Penelitian	21
3.2	Tahapan Penelitian	21
3.3	Model Konseptual Penelitian	22
3.4	Operasionalisasi Variabel	23
3.5	Waktu dan Tempat Penelitian	26
3.5.1	Waktu Penelitian	26
3.5.2	Tempat Penelitian	27
3.6	Metode Pengambilan Populasi dan Sampel	27
3.6.1	Populasi	27
3.6.2	Sampel	27
3.7	Teknik Pengumpulan Data	28
3.8	Metode Analisis Data	29
3.8.1	Uji Validitas	29
3.8.2	Uji Reliabilitas	29
3.9	Uji Asumsi Klasik	29
3.9.1	Uji Normalitas	29
3.9.2	Uji Multikolinearitas	30
3.9.3	Uji Heteroskedastisitas	30
3.10	Analisis Regresi Linier Berganda	30
3.11	Uji Hipotesis	31

3.11.1 Uji T.....	31
3.11.2 Uji F.....	31
3.11.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	32
BAB IV	33
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	33
4.1.1 Sejarah Perusahaan	33
4.1.2 Visi.....	35
4.1.3 Misi	36
4.1.4 Struktur Organisasi	36
4.2 Hasil Penelitian	36
4.2.1 Penyebaran dan pengumpulan Kuesioner	36
4.2.2 Identitas Responden	37
4.3 Uji Kualitas Data.....	39
4.3.1 Uji Validitas	39
4.3.2 Uji Reliabilitas	40
4.4 Uji Asumsi Klasik	41
4.4.1 Uji Normalitas.....	41
4.4.2 Uji Multikolinieritas.....	42
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	43
4.5 Analisis Regresi Liner Berganda.....	44
4.6 Uji Hipotesis.....	45
4.6.1 Uji T.....	45
4.6.2 Uji F	46
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	47
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	47
BAB V	50

PENUTUP.....	50
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Implikasi Manajerial	50
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN.....	54



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Operasional Variabel	26
Tabel 3.2 Responden Jawaban Berdasarkan Skala Likert	30
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner	38
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.4 Uji Validitas	14
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas	42
Tabel 4.6 Uji Normalitas.....	42
Tabel 4.7 Uji Multikolinieritas.....	44
Tabel 4.8 Uji Heteroskedastisitas	45
Tabel 4.9 Analisis Regresi Linier Berganda	45
Tabel 4.10 Uji T	46
Tabel 4.11 Uji F	46
Tabel 4.12 Uji Koefisien Determinasi R^2	47

DAFTAR GAMBAR

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Operasional Variabel	26
Tabel 3.2 Responden Jawaban Berdasarkan Skala Likert	30
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner	38
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.4 Uji Validitas	14
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas	42
Tabel 4.6 Uji Normalitas.....	42
Tabel 4.7 Uji Multikolinieritas.....	44
Tabel 4.8 Uji Heteroskedastisitas	45
Tabel 4.9 Analisis Regresi Linier Berganda	45
Tabel 4.10 Uji T	46
Tabel 4.11 Uji F	46
Tabel 4.12 Uji Koefisien Determinasi R^2	47

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Uji Plagiat
- Lampiran 2 Uji Referensi
- Lampiran 3 Daftar Pertanyaan Kuesioner
- Lampiran 4 Tabulasi Data Citra Merek
- Lampiran 5 Tabulasi Data Persepsi Kualitas Produk
- Lampiran 6 Tabulasi Data Keputusan Pembelian
- Lampiran 7 Uji Validitas
- Lampiran 8 Uji Reliabilitas
- Lampiran 9 Uji Normalitas
- Lampiran 10 Uji Multikolinieritas
- Lampiran 11 Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 12 Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 13 Uji T
- Lampiran 14 Uji F
- Lampiran 15 Uji Koefisien Determinasi R^2
- Lampiran 16 Tabel R
- Lampiran 17 Tabel T
- Lampiran 18 Tabel F 0,25
- Lampiran 19 Daftar Riwayat Hidup