

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN IKLAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAMPO MEREK
“PANTENE” DI KELURAHAN BUKIT BESAR
KECAMATAN GIRIMAYA
PANGKALPINANG**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

**NAMA : DEVY OCTAVYA
NIM : 302 11 11 060**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
2016**

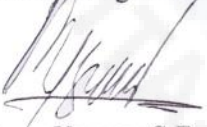


**UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**

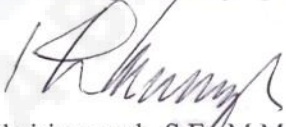
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Devy Octavya
NIM : 302 11 11 060
Jurusan : Manajemen
Judul usulan penelitian : “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sampo Merek “Pantene” di Kelurahan Bukit Besar Kecamatan Girimaya Pangkalpinang”.

Pembimbing Utama

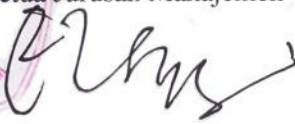

Dony Yanuar, S.E., M.M
NP. 107408040

Pembimbing Pendamping


Khairiyansyah, S.E., M.M
NIP. 197903152012121005

Balunjuk, 29 Februari 2015
Ketua Jurusan Manajemen




Maya Yusnita, S.E., M.Si
NIP. 198605082014042001

PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN IKLAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SAMPO MEREK “PANTENE”
DIKELURAHAN BUKIT BESAR KECAMATAN GIRIMAYA
PANGKALPINANG**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh : Devy Octavya

Nomor Induk Mahasiswa : 302 11 11 060

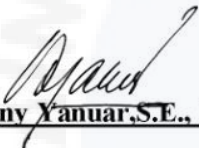
**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 10 Maret 2016 dan
telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**


Tim Penguji :


Ketua

Anggota

Anggota


Dony Yanuar, S.E., M.M


Hidayati, S.E., M.M.


Dian Prihardini W, SE.,

**Balunjuk, 10 Maret 2016
Universitas Bangka Belitung
Fakultas Ekonomi
Jurusan Manajemen**

Dekan

Ketua Jurusan Manajemen


Dr. Reniati, S.E., M.Si.
NP.507206007


Maya Yusrina, S.E., M.Si.
NIP.198605082014042001

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul: “ Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sampo Merek “Pantene” di Kelurahan Bukit Besar Kecamatan Girimaya Pangkalpinang”, adalah hasil tulisan saya sendiri, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis terdapat dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan hukuman yang berlaku”.

Balunijuk, 29 Februari 2016



Devy Octavya

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Jadilah kamu manusia yang pada kelahiranmu semua orang tertawa bahagia, tetapi hanya kamu sendiri yang menangis, dan pada kematianmu semua orang menangis sedih, tetapi hanya kamu sendiri yang merasa tersenyum”. –**Mahatma Gandhi**–

“Manusia tak selamanya **benar** dan tak selamanya **salah**, kecuali ia yang selalu mengoreksi diri dan membenarkan orang lain atas kekeliruan orang lain”.

Ingatlah bahwa kesuksesan selalu disertai dengan kegagalan.

Aku datang, aku bimbingan, aku ujian, aku revisi, dan aku menang.

-Puji Tuhan-



Skripsi ini kupersembahkan untuk :

- *Puji syukur ku panjatkan kepadamu ya **Tuhan** atas besar Karunia yang telah Engkau limpahkan kepadaku dan juga orang tuaku yang telah berusaha membesarkan dan mendidikku hingga akhir studiku. “Puji Tuhan”.*
- *Kedua orang tuaku tercinta, Bapak **M.Sihombing** dan Ibu **P.Purba**. **Papa** dan **mama** inilah kado kecil yang dapat anakmu persembahkan untuk sedikit menghibur hatimu yang telah aku susahkan, aku tahu banyak yang telah kalian korbankan dan tak merasa lelah demi memenuhi kebutuhanku. Saya hanya bisa mengucapkan banyak terimakasih kepada **Papa** dan **Mama**, hanya **Tuhan**lah yang membalas kemuliaan hati kalian.*
- *Adikku **Fredy Sihombing** dan **Lamhot Parulyan Sihombing**, terimakasih atas dukungan, perhatian, kasih sayang, dan canda tawa kalian.*
- *Sahabat terbaik **Yashinta Prizelia Utami**, terimakasih untuk support dan motivasinya selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.*
- *Teman terbaik yang sudah 10 tahun menemani yang tergabung dalam “**Bocem Crew**” dan tidak bisa disebutkan satu per satu, terimakasih untuk do’a dan dukungannya.*
- *Teman-teman kelas **Manajemen2 angkatan 2011** serta teman-teman **KKN Desa Mangkaangkatan IX** yang tidak bisa di sebutkan satu per satu, semoga persahabatan kita tetap terjalin. “Tiada hari yang indah tanpa kalian semua”.*
- *Teman seperjuangan yang tidak bisa disebutkan satu persatu, semoga ini awal dari kesuksesan kita bersama.*
- ***Semua Pihak** yang mendukung dalam penyelesaian skripsi ini, yang memberikan do’a, bantuan & semangat. Terima kasih.*
- ***Almamater Kebanggaanku**, Universitas Bangka Belitung.*

ABSTRACT

Devy Octavya. 302 11 11 060. The Effects of Product Quality, Price, and Advertisement on the Purchasing Decision of Pantene Shampoo in Bukit Besar, Gimimaya, Pangkalpinang.

The objective of this research is to determine the effect of Product Quality, Price, and Advertisement on the Purchasing Decision of Pantene Shampoo. The population in this research consist of 205 homemakers residing in RT03/RW02 who use Pantene for their shampoo product. This is a descriptive qualitative research with a sample of 135 respondents and reliability tests, while the data analysis method used is multiple linear regressions with T test and F test. The result show that for the independent variabel X1, Tcount (2.215) > Ttabel (1.9784), for the independent variabel X2, tcount (2.155) > ttabel (1.9784), and for the independent variables (X1.X2 and X3) affect the dependent variable (Y). The F test result level of 0.05. Threfor, Ho is rejected and Ha assumption is accepted, meaning that the Purchasing Decision in this case. Meanwhile, the coefficient of determination (Adjusted R Square) value is 0.317 or 31.7%, which means that the variation or Puchasing Decision for Pantene Shampoo variabel can be explained by the Product Quality, Price, and Advertisement.

Keyword: Product Quality, Price, Advertisement, Purchasing Decision

ABSTRAK

Devv Octavya. 302 11 11 060. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sampo Merek “Pantene” di Kelurahan Bukit Besar Kecamatan Girimaya Pangkalpinang

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan sedangkan variabel terikatnya adalah Keputusan Pembelian Sampo Merek “Pantene”. Populasi dari penelitian ini adalah ibu rumah tangga di RT03/RW02 yang menggunakan sampo merek “Pantene” sebanyak 205 responden. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 135 responden sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik accidental sampling. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reabilitas. Sedangkan metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan uji T dan uji F.

Hasil penelitian variabel independen (X_1) diperoleh t_{hitung} (2,215) $> T_{tabel}(1,9784)$, variabel X_2 t_{hitung} (2,155) $> T_{tabel}(1,9784)$, dan variabel X_3 t_{hitung} (2,813) $> T_{tabel}(1,9784)$. Maka variabel X_1 berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y, variabel X_2 berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y, dan variabel X_3 berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y. Hasil uji F menunjukkan bahwa F_{hitung} (21,716) $> F_{tabel}$ (2,67), sedangkan signifikansi adalah 0,000 $< \alpha$ pada taraf signifikansi 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti Kualitas Produk, Harga, dan Iklan secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi Keputusan Pembelian secara signifikan. Sedangkan koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,317 atau 31,7% yakni berarti variasi variabel keputusan pembelian sampo “Pantene” dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Produk, Harga, dan Iklan.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Iklan, Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan rasa puji dan syukur atas kehadiran **TUHAN** Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hifayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sampo “Pantene” di Kelurahan Bukit Besar Kecamatan Girimaya Pangkalpinang”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari **TUHAN** Yang Maha Esa sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Bustami Rahman, M.Sc., selaku Rektor Universitas Bangka Belitung.
2. Ibu Dr. Reniati, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
3. Maya Yusnita, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
4. Bapak Dony Yanuar, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan dan arahan yang sangat bermanfaat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Bapak Khairiyansyah,S.E.,M.M.,selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan dan arahan yang sangat bermanfaat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Bapak Echo Perdana Kusumah, B.Sc., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing Akademik saya, kelas Mn 2 Angkatan 2011.
7. Bapak dan Ibu dosen pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
8. Kedua orang tuaku, Bapak M.Sihombing dan Ibu P.Purba untuk do'a dan dukungannya yang tiada henti.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Atas segala bantuan serta amal baik semua pihak yang telah membantu, semoga mendapat berkat dari TUHAN Yang Maha Esa.

Penulis sangat menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna,mengingat kurangnya kemampuan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu,saran dan kritik dari pembaca yang bersifat membangun sangat penulis harapkan.Akhir kata dengan kerendahan hati, penulis mengharapkan semoga skripsi inidapat bermanfaat. Khususnya bagi penulis sendiri dan bagi semua pihak yang membutuhkan.

Balun ijuk, 29 Februari 2015
Penulis,

Devy Octavya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	18
1.4 Manfaat Penelitian.....	18
1.5 Batasan Masalah	19
1.6 Sistematika Penulisan	19
BAB II LANDASAN TEORI	21
2.1 Landasan Teori	21
2.1.1 Pengertian Pemasarandan Bauran Pemasaran	21

2.1.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	22
2.2 Kualitas Produk	23
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk	23
2.2.2 Konsep Kualitas Produk	25
2.2.3 Penentu Kualitas Produk.....	25
2.2.4 Level Kualitas Produk	26
2.2.5 Dimensi Kualitas Produk.....	26
2.3 Harga.....	28
2.3.1 Pengertian Harga	28
2.3.2 Jenis-jenis Harga.....	30
2.3.3 Tujuan Penetapan Harga.....	31
2.3.4 Kebijakan Harga	32
2.3.5 Strategi Penyesuaian Harga	33
2.3.6 Indikator Harga.....	35
2.3.7 Dimensi Harga	35
2.4 Iklan	36
2.4.1 Pengertian Iklan	36
2.4.2 Jenis Iklan	37
2.4.3 Tujuan Iklan.....	38
2.4.4 Langkah-langkah Dalam Keputusan Iklan	39
2.5 Keputusan Pembelian	40
2.5.1 Peran Keputusan Pembelian	44
2.5.2 Proses Keputusan Pembelian.....	44
2.6 Penelitian Terdahulu	45
2.7 Kerangka Pemikiran	51
2.7.1 Hubungan Kualitas Produk, Harga Iklan dan Keputusan Pembelian.....	52
2.7.2 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	54
2.7.3 Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	54

2.7.4 Hubungan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	56
2.7.5 Hubungan Kualitas Produk Harga Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	57
2.8 Hipotesis	57

BAB III METODE PENELITIAN..... 59

3.1 Pendekatan Penelitian	59
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	59
3.3 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	60
3.3.1 Populasi	60
3.3.2 Sampel	60
3.4 Teknik Pengumpulan Data	61
3.4.1 Metode Kuisisioner	61
3.4.2 Metode Wawancara	62
3.4.3 Metode Liberatur	63
3.4.4 Metode Observasi	63
3.5 Jenis Data.....	64
3.5.1 Data Primer	64
3.5.2 Data Sekunder.....	64
3.6 Definisi Operasional Variabel	64
3.7 Teknik Analisis Data	68
3.7.1 Analisis Deskriptif	68
3.7.1 Uji Validitas.....	69
3.7.2 Uji Reabilitas	70
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	70
3.8 Analisis Regresi Linear Berganda	72
3.9 Uji Hipotesis	73
3.9.1 Uji F.....	73
3.9.2 Uji T.....	74

3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R_2)	74
---	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum PT P&G dan Sampo Pantene	76
4.1.1 Sejarah Berdirinya P&G	76
4.2 Visi dan Misi PT P&G	77
4.2.1 Visi P&G	77
4.2.2 Misi P&G	77
4.3 Profil Singkat Sampo Pantene	78
4.4 Hasil Karakteristik Responden	80
4.5 Hasil Deskriptif Variabel	82
4.5.1 Variabel Kualitas Produk	82
4.5.2 Variabel Harga	89
4.5.3 Variabel Iklan	92
4.5.4 Variabel Keputusan Pembelian	97
4.6 Hasil Analisis Data	102
4.6.1 Uji Validitas	102
4.6.2 Uji Reabilitas	103
4.6.3 Uji Asumsi Klasik	104
4.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda	108
4.7 Uji Parsial atau Uji t	110
4.7.1 Uji Simultan atau Uji F	112
4.7.2 Analisis Koefisien Determinasi (R_2)	114
4.8 Pembahasan	115
4.8.1 Karakteristik Responden	115
4.8.2 Hasil Deskriptif Variabel	115
4.8.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sampo Pantene	116
4.8.4 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sampo Pantene	116

4.8.5 Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sampo Pantene	117
4.8.6 Pengaruh Kualitas Produk Harga Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sampo Pantene	117

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	119
5.2 Saran	120
5.3 Keterbatasan Penelitian	121

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Inovasi Pantene	6
Tabel I.2	Jenis Sampo Pantene	7
Tabel I.3	<i>Brand Value Sampo</i>	8
Tabel I.4	<i>Brand Share Sampo</i>	9
Tabel I.5	<i>Top of Mind (TOM Brand)</i>	10
Tabel I.6	<i>Top of Mind Advertising (TOM Ad)</i>	11
Tabel I.7	Tabel Pra Penelitian Tentang Sampo Merek Pantene	12
Tabel I.8	Tabel Pra Penelitian Tentang Sampo Yang Dibeli	13
Tabel I.9	Tabel Pra Penelitian Tentang Kualitas Sampo Pantene	14
Tabel I.10	Tabel Pra Penelitian Tentang Harga Sampo Pantene	15
Tabel I.11	Tabel Pra Penelitian Tentang Iklan Sampo Pantene	16
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	48
Tabel III.1	Skala Pengukuran Variabel	62
Tabel III.2	Definisi Operasional Variabel	66
Tabel III.3	Kategori Skala	55
Tabel VI.1	Varian Produk Sampo Pantene	59
Tabel VI.2	Hasil Karakteristik Berdasarkan Usia	80
Tabel IV.3	Hasil karakteristik Berdasarkan Lama Pemakaian	81
Tabel IV.4	Hasil Penelitian Deskriptif Kinerja	83
Tabel IV.5	Hasil Penelitian Deskriptif Kinerja	83
Tabel IV.6	Hasil Penelitian Kesesuaian Dengan Spesifikasi	84
Tabel IV.7	Hasil Penelitian Kesesuaian Dengan Spesifikasi	84

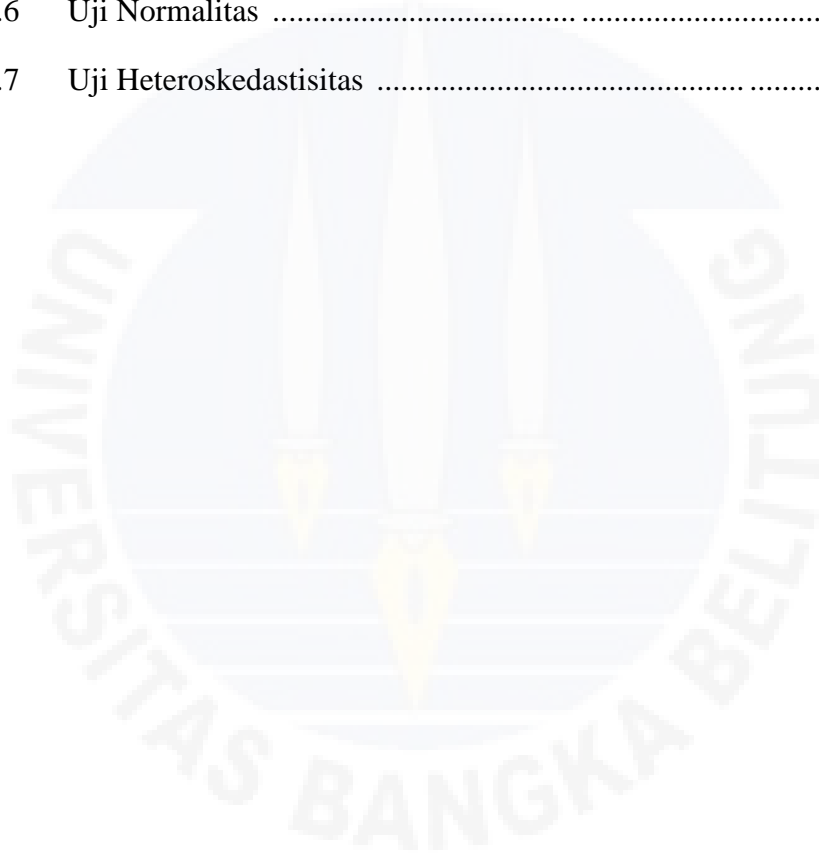
Tabel IV.8	Hasil Penelitian Deskriptif Reabilitas	85
Tabel IV.9	Hasil Penelitian Deskriptif Reabilitas	86
Tabel IV.10	Hasil Penelitian Deskriptif Kesan Kualitas	86
Tabel IV.11	Hasil Penelitian Deskriptif Kesan Kualitas	87
Tabel IV.12	Hasil Penelitian Deskriptif Kesan kualitas	88
Tabel IV.13	Rata-rata Kualitas produk	88
Tabel IV.14	Hasil Penelitian Deskriptif Harga Yang Dipersepsikan	89
Tabel IV.15	Hasil Penelitian Deskriptif Harga Yang Dipersepsikan	90
Tabel IV.16	Hasil Penelitian Deskriptif Harga Yang Diferensikan	90
Tabel IV.17	Hasil Penelitian Deskriptif Harga Yang Diferensikan	91
Tabel IV.18	Hasil Penelitian Rata-rata Harga	92
Tabel IV.19	Hasil Penelitian Deskriptif Iklan Informatif	93
Tabel IV.20	Hasil Penelitian Deskriptif Iklan Informatif	93
Tabel IV.21	Hasil Penelitian Deskriptif Iklan Persuasif	94
Tabel IV.22	Hasil Penelitian Deskriptif Iklan Persuasif	94
Tabel IV.23	Hasil Penelitian Deskriptif Iklan Pengingat	95
Tabel IV.24	Hasil Penelitian Deskriptif Iklan Pengingat	96
Tabel IV.25	Rata-Rata Iklan	96
Tabel IV.26	Hasil Penelitian Deskriptif Pengambilan Inisiatif	97
Tabel IV.27	Hasil Penelitian Deskriptif Pengambilan Inisiatif	98
Tabel IV.28	Hasil Penelitian Deskriptif Pemberian Pengaruh	99
Tabel IV.29	Hasil Penelitian Deskriptif Pemberian Pengaruh	99
Tabel IV.30	Hasil Penelitian Deskriptif Keputusan Pembelian	100
Tabel IV.31	Hasil Penelitian Deskriptif Keputusan Pembelian	100
Tabel IV.32	Rata-rata Keputusan Pembelian	101

Tabel IV.33	Hasil Uji Validitas	102
Tabel IV.34	Hasil Uji Reabilitas	103
Tabel IV.35	Hasil Uji Multikolonieritas	106
Tabel IV.36	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	108
Tabel IV.37	Uji t	111
Tabel IV.38	Uji F	113
Tabel IV.49	Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	114



DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Kerangka Pemikiran	51
Gambar IV.1	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	81
Gambar IV.2	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pemakaian	82
Gambar IV.6	Uji Normalitas	105
Gambar VI.7	Uji Heteroskedastisitas	107



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisisioner
- Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden
- Lampiran 3 Hasil Karakteristik Responden
- Lampiran 4 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5 Hasil Uji Reabilitas
- Lampiran 6 Hasil Uji asumsi Klasik
- Lampiran 7 Hasil Uji Regresi Berganda, Uji t, Uji F dan Koefisien Determinasi
- Lampiran 8 Surat Keterangan UPT Bahasa
- Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran10 Kartu Bimbingan Skripsi

