PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI, TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN DERMATIX YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MERK

SKRIPSI

TRI OKTRIANI
21160000025

PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI, TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN DERMATIX YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MERK

SKRIPSI

TRI OKTRIANI
21160000025

SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN

PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA

2020

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI, TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN DERMATIX YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MERK

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Strata – 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian sumber informasi dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, dipublikasi ataupun plagiat, maka saya menerima sanksi sesuai peraturn perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 24 February 2020

METERAI TEMPEL

TRI OKTRIANI

NPM 21160000025

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI, TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN DERMATIX YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MERK

di buat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Stidi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Rama Chandra, SE, ME dan diketahui oleh Kepala Program Studi Strata 1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 24 Februari 2020

Pembimbing,	Kepala Program Studi S-1 Manajemen,
Rama Chandra, SE, ME	Drs. Sumitro, MSc

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI, TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN DERMATIX YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK

telah diuji dalam suatu siding skripsi yang di selenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 06 Maret 2020 dengan nilai B+

Panitia Ujian Skripsi

1. .....: Drs. Sumitro, MSc
   (Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2. .....: Rama Chandra, SE, ME
   (Pembimbing)
3. .....: Dr. Diah Pranitasari, SP., MM
   (Anggota Penguji)
4. .....: Imelda Aprileny, SE, ME
   (Anggota Penguji)

Scanned with CamScanner

KATA PENGANTAR

Puji syukur penelitian panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Bapak Rama Chandra, selaku Dosen Pembimbing Skripsi ini yang telah memberikan waktu, tenaga, serta pikiran nya dengan memberikan bimbingan pengarahan dan kesabaran untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, Msc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI)
3. Bapak Drs. Sumitro, Msc, selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI)
4. Seluruh Dosen dan Staf Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang dengan tulus memberikan Pendidikan dan pengajaran kepada peneliti selama mengikuti perkuliahan.
5. Pimpinan dan karyawan PT. Transfarma Medica Indah, Ibu Gevi Sinta Maulidina selaku sales Director, Bapak Wahyu Kurniawan selaku Nasional Sales Manager, Ibu Betshy selaku Produk Marketing Dermatix, Ibu Tresthy, yang telah memberikan izin dan banyak membantu memberikan data dan informasi untuk proses dalam penyelesaian penelitian ini.
6. Pihak PT. Anugerah Pharmindo Lestari, Bapak Haryadi Wangsadjadja selaku General Manager Sales, Bapak Willem Rumambi selaku Nasional Sales Manager, Bapak Alvin Aditya selaku Group Principal Manager dan semua Rekan kerja yang

tidak dapat di sebutkan satu persatu yang selalu mendukung, mendo'akan serta memberikan motivasi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

7. Kedua orang tua penulis (Alm) Muhammad Ambih dan Siti Rohayah serta keluarga yang telah memberikan do'a, motivasi, kasih sayang, serta bantuan lainnya yang tidak dapat penulis ungkapkan satu persatu.
8. Honey pendamping hidupku serta ananda tercinta Azkha Reifan, yang selalu memberikan motivasi, kritik, saran, kasih sayang, mendengarkan keluh kesah serta mendo'akan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Teman-teman seperjuangan STEI KECE A1 Manajemen Malam yang selalu mengisi hari-hari penulis selama ini.
10. Sahabat-sahabat tercinta Eka Melany Putri, Febriani Daud, Rudiyanto, Heny Saraswati dan Surastiani Pertiwi yang selalu mendukung, mendo'akan, mendengarkan keluh kesah, serta memberikan motivasi kepada penulis.
11. Serta semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 24 Februari 2020

TRI OKTRIANI
NPM 21160000025

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Tri Oktriani
NPM	: 21160000025
Program Studi	: Manajemen
Jenis Karya	: Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif *(Non-exclusive Royalty- Free Right)*** atas skripsi saying yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI, TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN DERMATIX YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MERK

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonekslusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, megalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data *(database)* merawat, dan memplubikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di	: Jakarta
Pada tanggal	: 24 Februari 2020

Yang menyatakan,

METERAI TEMPEL

TRI OKTRIANI

Tri Oktiani
21160000025
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing:
Rama Chandra, SE, ME

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI, TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN DERMATIX YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MERK

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, promosi, citra merek terhadap keputusan pembelian Dermatix di DKI Jakarta dan pengaruh tidak langsung kualitas produk terhadap keputusan pembelian yang di mediasi citra merek, pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian yang dimediasi citra merek.

Strategi penelitian yang digunakan yaitu strategi asosiatif. Populasi pada penelitian ini adalah pengguna Dermatix yang berada di DKI Jakarta. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan kriteria pengguna Dermatix minimal 2kali pemakaian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* dengan isntrumen pengumpulan data berupa kuesioner. Data yang diambil adalah data primer. Penelitian ini menggukan *path analysis* dengan metode *Partial Least Square* yaitu menggunakan warpPLS 6.0.

Hasil penelitian menyatakan, kualitas produk berpengaruh negative terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap citra merek. Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Promosi berpengaruh positif terhadap citra merek. Citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Untuk efek mediasi, citra merek memediasi kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan citra merek memediasi secara penuh promosi terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Promosi, Citra Merek, Proses Keputusan Pembelian Dermatix

Tri Oktiani
21160000025
Program Studi S-1 Manajemen

Supervisor:
Rama Chandra, SE, ME

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PROMOTION, TO THE DERMATIX PURCHASING DECISION PROCESS WHICH IS MEDIATED BY MERK IMAGES

ABSTRACT

This study aims to determine the impact of product quality, promotion, brand image on Dermatix purchasing decisions in DKI Jakarta and the indirect impact of product quality on purchasing decisions mediated by brand image, the impact of promotions on purchasing decisions mediated by brand image.

The research strategy used is an associative strategy. The population in this study is Dermatix users in DKI Jakarta. The samples were taken from 100 respondents who fit the Dermatix usage criteria, at least two times of use. The sampling technique used was purposive sampling by collecting instrument data in the form of a questionnaire. The data taken is primary data. This study uses path analysis using the Partial Least Square method which using warpPLS 6.0.

The results of this study showed that quality of product has a negative impact on purchasing decisions. Quality of product has a positive impact on brand image. Promotion has a positive impact on purchasing decisiona. Promotion has a positive impact on brand image. Brand image has a positive impact on purchasing decisions. For the mediating impact, brand image mediates product quality towards purchasing decisions and brand image mediates fully promotion of purchasing decisions.

Keyword*: *Product Quality, Promotion, Brand Image, Decision Process Dermatix Purchase

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
HALAMAN PENGESAHAN iv
KATA PENGANTAR v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI vii
ABSTRAK viii
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR GAMBAR xiv
DAFTAR REFERENSI xv

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang Masalah 1
1.2. Perumasan Masalah 4
1.3. Tujuan Penelitian 4
1.4. Manfaat Penelitian 5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 6
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu 6
2.2. Landasan Teori 12
2.2.1. Keputusan Pembelian 12
2.2.2. Indikator Keputusan pembelian 20
2.2.3. Kualitas Produk 22
2.2.4. Promosi 24

2.2.5. Citra Merek 26
2.3 Keterkaitan antar Variabel Penelitian 27
2.4. Pengembangan Hipotesis 29
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian 30

BAB III METODA PENELITIAN 32
3.1. Strategi Penelitian 32
3.2. Populasi dan Sampel 32
3.2.1. Populasi Penelitian 32
3.2.2. Sampel Penelitian 33
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data 33
3.3.1 Data 34
3.3.2. Pengumpulan Data 34
3.4. Operasionalisasi Variabel 35
3.5. Metoda Analisis Data 37
3.5.1. Statistik Deskriptif 37
3.5.1.1. Karakteristik Responden 37
3.5.2. Analisis Jalur 38
3.5.2.1. Analisis Outer Model 41
3.5.2.2. Analisis Inner Model 41
3.5.2.3. Uji Hipotesis 42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 44
4.1. Analisis Statistika Deskriptif 45
4.2. Deskripsi Responden 45
4.2.2. Deskripsi Jawaban Responden 48
4.3 Analisis Jalur 54
4.3.1. Model Pengukuran (*outer model*) 54
4.3.2. Analisis Inner Model 56
4.3.3. Uji Hipotesis dan Analisis Pengaruh Langsung 58

4.3.4. Uji Hipotesis dan Analisis Pengaruh Tidak Langsung 62
4.5.2. Rangkuman Hasil Penelitian 64

BAB V SIMPULAN DAN SARAN 65
5.1. Simpulan 65
5.2. Saran 66

DAFTAR REFERENSI 67
LAMPIRAN 70

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 3.1. Operasional Variabel 36
Tabel 4.1. Karakteristik Responden 46
Tabel 4.2. Jenis gramasi Dermatix yang di beli responden 48
Tabel 4.3. Indeks Persepsi responden terhadap Kualitas Produk 49
Tabel 4.4. Indeks Persepsi *Skor* Rata-rata Variabel Promosi 50
Tabel 4.5. Indeks Persepsi *Skor* Rata-rata Variabel Citra Merek 51
Tabel 4.6. Indeks Persepsi *Skor* Rata-rata Variabel Keputusan Pembelian ... 53
Tabel 4.7. Nilai *Loading* Variabel Reflektif 54
Tabel 4.8. Nilai *Composite Realibility* 56
Tabel 4.9. Model *fit indeks* 56
Tabel 4.10. R *Squared Contribution* 57
Tabel 4.11. Uji Hipotesis 1 59
Tabel 4.12. Uji Hipotesis 2 60
Tabel 4.13. Uji Hipotesis 3 60
Tabel 4.14. Uji Hipotesis 4 61
Tabel 4.15. R-squared contributions Citra Merek 61
Tabel 4.16. R-squared contributions Keputusan Pembelian 61
Tabel 4.4. Rangkuman Hasil Penelitian 64

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 4.1. Responden usia 26-25 tahun berdasarkan status 47
Gambar 4.2. Model Penelitian..... 58