

**PENGARUH NILAI PELANGGAN, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi Produk Wardah Exclusive Matte Lipcream Pada Mahasiswi Universitas  
Stikubank Semarang)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna menyelesaikan studi akhir dan  
untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan  
Bisnis  
Universitas Stikubank Semarang**



**Oleh :**

**Nama : Sindi Sari Krismunita**

**Nim : 17.05.51.0098**

**Program Studi : S1 Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS STIKUBANK  
SEMARANG**

**2021**

## HALAMAN PERSETUJUAN



Skripsi ini telah memenuhi syarat dan telah mengikuti ujian pendadaran skripsi dengan judul :

**PENGARUH NILAI PELANGGAN, KUALITAS PRODUK DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi Produk Wardah Exclusive Matte Lipcream Pada Mahasiswi Universitas  
Stikubank Semarang)**

Oleh:

Sindi Sari Krismunita

17.05.51.0098

Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank(UNISBANK)

Semarang

Semarang, 4 Maret 2021

Dosen Pembimbing



(Drs. Bambang Suttedjo, M.M)

NIDN:0628036101

## HALAMAN PENGESAHAN



### **PENGARUH NILAI PELANGGAN, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Produk Wardah Exclusive Matte Lipcream Pada Mahasiswi Universitas Stikubank Semarang)**

Oleh:

Sindi Sari Krismunita

17.05.51.0098

Program Studi SI Manajemen

Hasil Penelitian dalam skripsi ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Pendadaran Skripsi dan skripsi telah disahkan dan diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar sarjana Manajemen (S.M) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang pada tanggal : Semarang, 5 Maret 2021

#### **SUSUNAN DEWAN PENGUJI**

Dosen Pembimbing  
(Merangkap Penguji I)

(Drs. Bambang Sutedjo, M.M)  
NIDN:0618036101

Penguji II

(Dr. Dra. R.A Marlien, M.M)  
NIDN: 0622035701

Penguji III

(Kristina Anindita Hayuningtias, S.E., M.M)  
NIDN:0616018901

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis



(Dr. Enis Solita, S.E., M.Si)  
NIDN:0627037101

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Sindi Sari Krismunita

Nim : 17.05.51.0098

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul : PENGARUH NILAI PELANGGAN, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Produk Wardah Exclusive Matte Lipcream Pada Mahasiswi Universitas Stikubank Semarang) tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam angkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri itu. Bila kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain, seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan hasil ujian skripsi ini.

Semarang, 4 Maret 2021

Yang Menyatakan,



Sindi Sari Krismunita

## **MOTTO**

“Jika kamu ingin hidup bahagia, terikatlah pada tujuan, bukan orang atau benda”.

(Albert Einstein)

“Dua musuh terbesar kesuksesan adalah penundaan dan alasan”.

(Jaya Setiabudi)

“Musuh yang paling berbahaya di atas dunia ini adalah penakut dan bimbang. Teman yang paling setia, hanyalah keberanian dan keyakinan yang teguh”.

(Andrew Jackson)

## **PERSEMBAHAN**

Karya ini penulis persembahkan untuk :

1. Kedua orang tuaku Bapak Joko Sudiyono, Ibu Sutarlin yang selama ini telah membesarkan, mendoakan, mendidik serta menjadi figur yang sangat baik dan penuh inspirasi dan telah memberikan bantuan materiil dalam sepanjang hidup penulis.
2. Kakak-kakakku Slamet Nursam, Joko Supriyono yang telah memberi support, doa, motivasi selama penyusunan skripsi ini terlaksana.
3. Teman terkasihku Dimas Ade Nugroho yang memberi dukungan dan motivasi penuh dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Teman-temanku Mutia Nur Fadhila, Wanda Oktaviyonita, Gati Dian Andriani yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Teman-teman seperjuangan dikelas dari semester awal sampai akhir Tri Ambarwati Ningrum, Melli Aprilia Subastiyanti, Nova Cindy Ayu Apriyani.

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis nilai pelanggan, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian wardah exclusive matte lipcream (studi pada Mahasiswi Universitas Stikubank Semarang). Populasi dalam penelitian ini yaitu Mahasiswi Universitas Stikubank Semarang prodi Manajemen angkatan 2017 sebanyak 179 mahasiswi. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan sebanyak 75 responden dan pengumpulan data menggunakan metode penyebaran kuisioner dengan menggunakan teknik sensus. Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dengan *loading factor*, uji reliabilitas dengan *alpha cronbach* dan uji analisis regresi berganda. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian wardah exclusive matte lipcream. Selanjutnya, kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian wardah exclusive matte lipcream. Serta, citra merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian wardah exclusive matte lipcream.

**Kata Kunci : Nilai Pelanggan, Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze customer value, product quality and brand image on purchasing decisions for Wardah Exclusive Matte Lipcream (a study conducted by a student at the University of Stikubank Semarang). The population in this study were 179 students at the University of Stikubank Semarang Management study program. The number of samples in this study were 75 respondents and data collection from this study used a questionnaire distribution method using census techniques. The data testing technique used in this study was the validity test with loading factors, the reliability test with alpha cronbach and multiple regression analysis. The results in this study indicate that customer value has a significant effect and is positive on the purchase decision of Wardah Exclusive Matte Lipcream. Furthermore, product quality has a significant effect and is positive on the purchase decision of Wardah Exclusive Matte Lipcream. Also, brand image has a significant effect and is positive on the purchase decision of Wardah Exclusive Matte Lipcream.*

**Keywords : Customer Value, Product Quality, Brand Image, Purchase**

**Decision**



## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **“Pengaruh Nilai Pelanggan, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Produk Wardah Exclusive Matte Lipcream Pada Mahasiswi Universitas Stikubank Semarang)”**. Skripsi ini adalah syarat mutlak yang harus ditempuh oleh penulis untuk menyelesaikan pendidikan S1 untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang membantu, membimbing, memberikan saran dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini yaitu :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga skripsi dapat terselesaikan.
2. Dr. Safik Faozi, M. Hum, selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang.
3. Dr. Euis Soliha, S.E.,M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Stikubank Semarang.
4. Sri Sudarsi, S.E.,M.Si, selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
5. Drs. Bambang Sutedjo, M.M, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu dan pikiran untuk membimbing dan memberi masukan untuk penyelesaian skripsi ini.
6. Ali Maskur, S.E., M.Kom, selaku Dosen Wali Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang..
7. Segenap dosen dan staff karyawan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan petunjuk dan ilmu kepada penulis.

8. Orang tuaku tercinta serta saudara dan teman-temanku yang telah memberikan cinta, dorongan, dan doa restu untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman Manajemen angkatan 2017 yang berjuang bersama dari awal perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini terlaksana.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Pada kesempatan ini, Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan, maka dari itu kritik dan masukan yang sifatnya membangun dari semua pihak pada bidang ini masih penulis harapkan.

Semarang, 4 Maret 2021

Penulis

Sindi Sari Krismunita

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, PENELITIAN EMPIRIS DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Tinjauan Pustaka .....	12

2.1.1	Keputusan Pembelian.....	12
2.1.1.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	12
2.1.1.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Membeli .....	14
2.1.1.3	Proses-Proses dalam Keputusan Membeli .....	16
2.1.1.4	Analisis Pengambilan Keputusan Konsumen .....	20
2.1.1.5	Dimensi Keputusan Pembelian .....	22
2.1.1.6	Jenis-Jenis Perilaku Keputusan Pembelian .....	24
2.1.1.7	Indikator Keputusan Pembelian .....	25
2.1.2	Nilai Pelanggan .....	25
2.1.2.1	Pengertian Nilai Pelanggan.....	25
2.1.2.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Pelanggan.....	27
2.1.2.3	Sumber Nilai Pelanggan.....	29
2.1.2.4	Proses Penghantaran Nilai Pelanggan.....	29
2.1.2.5	Manfaat Nilai Pelanggan.....	30
2.1.2.6	Indikator Nilai Pelanggan .....	31
2.1.3	Kualitas Produk.....	34
2.1.3.1	Pengertian Kualitas Produk.....	34
2.1.3.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk.....	35
2.1.3.3	Arti Penting Kualitas Produk .....	36
2.1.3.4	Indikator Kualitas Produk .....	38
2.1.4	Citra Merek .....	39
2.1.4.1	Pengertian Citra Merek .....	39

2.1.4.2	Faktor-faktor Pendukung Terbentuknya Citra Merek.....	41
2.1.4.3	Pentingnya Pengembangan Citra Merek.....	42
2.1.4.4	Indikator Citra Merek .....	42
2.2	Penelitian Empiris/Terdahulu.....	43
2.3	Pengembangan Hipotesis .....	46
2.3.1	Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian.....	46
2.3.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	48
2.3.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	49
2.4	Kerangka Pemikiran .....	51
2.4.1	Model Grafis .....	52
2.4.2	Model Matematis .....	53
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>55</b>
3.1	Objek Penelitian .....	55
3.2	Jenis Penelitian .....	55
3.3	Populasi dan Sampel .....	56
3.3.1	Populasi .....	56
3.3.2	Sampel .....	56
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	58
3.4.1	Jenis Data .....	58
3.4.2	Data Primer .....	57
3.4.3	Data Sekunder .....	59
3.5	Prosedur atau Teknik Pengumpulan Data .....	59
3.6	Definisi Konsep, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	60

3.6.1	Definisi Konsep.....	60
3.6.2	Definisi Operasional.....	60
3.7	Metode Analisa Data .....	62
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	62
3.7.1.1	Deskripsi Responden .....	62
3.7.1.2	Deskripsi Variabel .....	63
3.7.2	Pengujian Instrumen Penelitian .....	63
3.7.2.1	Uji Validitas .....	63
3.7.2.2	Uji Reliabilitas .....	64
3.7.3	Uji Kelayakan Model .....	65
3.7.3.1	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	65
3.7.3.2	Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	65
3.7.4	Metode Analisis Data.....	65
3.7.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
3.7.5	Uji Hipotesis .....	66
3.7.5.1	Uji t .....	66
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>67</b>
4.1	Data Penelitian .....	67
4.2	Deskripsi Responden.....	68
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian .....	69
4.4	Pengujian Instrumen Penelitian.....	75
4.4.1	Uji Validitas.....	75
4.4.2	Uji Reliabilitas .....	78

4.5 Uji Kelayakan Model .....	79
4.5.1 Pengujian Secara Simultan (Uji F) .....	79
4.5.2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	80
4.6 Metode Analisis Data.....	81
4.6.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	81
4.7 Uji Hipotesis (Uji t) .....	80
4.8 Pembahasan .....	83
4.8.1 Pengaruh Nilai pelanggan terhadap Keputusan pembelian .....	83
4.8.2 Pengaruh Kualitas produk terhadap Keputusan pembelian .....	85
4.8.3 Pengaruh Citra merek terhadap Keputusan pembelian.....	86
<b>BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN IMPLIKASI.....</b>	<b>88</b>
5.1 Simpulan.....	88
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	88
5.3 Implikasi Penelitian.....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1: Lembar Kuisisioner Penelitian.....	95
Lampiran 2: Data Penelitian Responden.....	100
Lampiran 3: Data Tabulasi Variabel.....	103
Lampiran 4: Statistik Deskriptif Responden.....	104
Lampiran 5: Statistik Deskriptif Variabel.....	106
Lampiran 6: Uji Validitas.....	115
Lampiran 7: Uji Reliabilitas.....	118
Lampiran 8: Analisis Regresi Linier Berganda.....	119
Lampiran 9: Catatan Konsultasi dan Bimbingan.....	120
Lampiran 10: Surat Keterangan Plagiarisme Turnitin.....	122



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Award 2019-2021 Kategori Lipstik.....	6
Tabel 2.1 penelitian terdahulu .....	43
Tabel 3.1 definisi operasional dan pengukur variabel .....	61
Tabel 4.1 rincian penyebaran kuisisioner .....	68
Tabel 4.2 deskripsi responden .....	69
Tabel 4.3 tanggapan responden terhadap variabel penelitian .....	71
Tabel 4.4 hasil uji validitas .....	77
Tabel 4.5 hasil uji reliabilitas .....	80
Tabel 4.6 rekapitulasi hasil perhitungan regresi berganda.....	82

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Grafis .....	53
-------------------------------	----