

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *MASCARA*
*MAYBELLINE***

**(Studi kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas
Kadiri)**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam
memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Oleh :

Ferdiana Septiana Saputri
NPM. 16418859

**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KADIRI
K E D I R I
2020**

PENGESAHAN

Dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri dan diterima untuk memenuhi Salah
satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Pada tanggal, Juni 2020

Mengesahkan

Universitas Kadiri

Fakultas Ekonomi

Dekan,



Dr. Nur Laely, S.E., M.M

NIDN. 0718026001

Tim Penguji:

1. Drs.SUDJIONO,M.M.

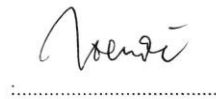
NIDN : 0711055801

2. M.DIAN RUHAMAK,S.E., M.M.

NIDN :0718119001

3. Dr.DJUNAEDI, S.E., M.M.

NIDN :0701125601



SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan dibawahini, saya :

Nama : Ferdiana Septiana Saputri

NPM : 16418859

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Jenjang : Sarjana (S1)

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan skripsi saya yang berjudul :

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *MASCARA MAYBELLINE* (Studi kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri).

Apabila suatu saat nanti saya terbukti melakukan tindakan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Nganjuk, Juni 2020



Ferdiana Septiana Saputri

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan anugerah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *MASCARA MAYBELLINE* (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri)”. Yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan studi program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri.**

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa dukungan dan doa. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Allah SWT yang selalu menyertai hidupku setiap hari.
2. Kedua orang tua tercinta saya yakni, ibu Dewi Mas Qurun dan bapak Syaifudin yang selalu memberikan semangat, motivasi wejangan, kesabaran, kasih sayang tanpa henti dan do'a yang senantiasa mengiringi langkah demi keberhasilan penulis.
3. Ir. Djoko Rahardjo, MP Selaku Rektor Universitas Kadiri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
4. Dr. Nur Laely, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
5. Drs. Gandung Satriyono, S.T., M.M. selaku Kaprodi Manajemen.

6. Drs. Sudjiono, M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah sabar meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan saran dan banyak ilmu pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam mengerjakan skripsi ini.
7. M.Dian Ruhamak, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah sabar meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan saran dan banyak ilmu pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam mengerjakan skripsi ini.
8. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat pada masa perkuliahan.
9. Teman-temanku seangkatan Manajemen 2016 Khususnya kelas B, terimakasih atas segala kebersamaan kita selama masa perkuliahan dan telah menjadi teman seperjuangan.

Penulis menyadari bahwa di dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak banyak kelemahan dan kekurangan karena keterbatasan yang dimiliki oleh penulis. Untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari segala pihak demi kesempurnaan skripsi ini sehingga dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Nganjuk , 4 Juni 2020

Ferdiana Septiana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORSINILITAS.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK SKRIPSI	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Pembatasan Masalah	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Tujuan Penelitian	6
1.4.2 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9

2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Pemasaran	12
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran	12
2.2.1.2 Bauran Pemasaran	14
2.2.2 Produk.....	15
2.2.2.1 Pengertian Produk	15
2.2.2.2 Klasifikasi Produk.....	15
2.2.3 Brand Image.....	18
2.2.3.1 Pengertian Brand Image	18
2.2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Brand Image	19
2.2.3.3 Indikator Brand Image	21
2.2.4 Kualitas Produk	22
2.2.4.1 Pengertian Kualitas Produk.....	22
2.2.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	23
2.2.4.3 Indikator Kualitas Produk	26
2.2.5 Keputusan Pembelian	27
2.2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	27
2.2.5.2 Tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	29
2.2.5.3 Indikator Keputusan Pembelian	32
2.2.6 Hubungan Antar Variabel Penelitian.....	33
2.2.6.1 Hubungan Brand Image Dengan Keputusan Pembelian.....	33
2.2.6.2 Hubungan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian.....	34

2.2.6.3 Hubungan Brand Image Dan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian.....	35
2.3 Kerangk Berpikir	36
2.4 Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Populasi Dan Sampel Penelitian.....	38
3.1.1 Populasi	38
3.1.2 Sampel	39
3.2 Metode Pengambilan Sampel	39
3.3 Variabel Penelitian, Cara Pengukuran Dan Definisi Operasional	40
3.3.1 Variabel Penelitian.....	40
3.3.1.1 Variabel Independen	40
3.3.1.1 Variabel Dependen.....	40
3.3.2 Cara Pengukuran.....	40
3.3.3 Definisi Operasional	41
3.4 Metode Pengumpulan Data	43
3.4.1 Jenis Data Dan Sumber Data	43
3.4.2 Tehnik Pengumpulan Data	43
3.4.3 Uji Instrumen Penelitian	45
3.4.3.1 Uji Validitas	45
3.4.3.2 Uji Reliabilitas	46
3.5 Metode Analisis Data	47
3.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	47

3.5.2 Uji Hipotesis	48
3.5.2.1 Uji T	48
3.5.2.2 Uji F	48
3.5.3 Koefisien Determinasi	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Deskripsi Penelitian.....	51
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
4.1.1.1 Sejarah Mascara Maybelline	51
4.1.1.2 Visi Dan Misi Perusahaan	52
4.1.1.3 Jenis - Jenis Mascara Maybelline.....	52
4.1.2 Tempat Dan Waktu Penelitian.....	53
4.2 Hasil Penelitian.....	53
4.2.1 Analisis Deskriptif	53
4.2.1.1 Analisis Deskriptif Responden.....	54
4.2.1.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	54
4.2.2 Hasil Uji Instrumen Data	59
4.2.2.1 Hasil Uji Validitas.....	59
4.2.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	60
4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
4.2.4 Hasil Uji Hipotesis.....	62
4.2.4.1 Hasil Uji Secara Parsial (Uji T)	62
4.2.4.2 Hasil Uji Secara Simultan (Uji F)	63
4.2.4.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	65

4.3 Pembahasan	66
4.3.1 Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian	67
4.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	68
4.3.3 Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75
DAFTAR LAMPIRAN.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Produk Mascara tahun 2017-2019.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1 Tabel Mahasiswa Pengguna Mascara Maybelline Bulan Desember 2019 – Januari 2020	38
Tabel 3.2 Devinisi Operasional Variabel	42
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Stambuk.....	54
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Dan Presentasi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Brand Image</i> (X1)	55
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Dan Presentasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X2).....	56
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Dan Presentasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	58
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.7 Variabel Entered	61
Tabel 4.8 Regresi Linier Berganda	61
Tabel 4.9 Uji Secara Parsial (Uji T).....	63

Tabel 4.10 Uji Secara Serempak (Uji F).....64

Tabel 4.11 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R²)65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap – Tahap Pengambilan Keputusan Pembelian29

Gambar 2.2 Kerangka Berpikir36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	79
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner	82
Lampiran 3 Hasil Olah Data IBM SPSS 26.....	86
Lampiran 4 Hasil Cek Plagiasi.....	90
Lampiran 5 Daftar Hadir Mengikuti Seminar Proposal.....	94
Lampiran 6 Berita Acara Telah Melaksanakan Ujian Proposal.....	97
Lampiran 7 Lembar Persetujuan Mengikuti Ujian Skripsi	98
Lampiran 8 Lembar Persetujuan Melaksanakan penelitian	100