

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *HANDSANITIZER* ANTIS PADA MASA
PANDEMI *CORONAVIRUS DISEASE* (COVID-19) DI KELURAHAN
TALANG KELAPA KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI



Nama : Maulinda Sari

NIM : 212017325

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2021**

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *HANDSANITIZER* ANTIS PADA MASA
PANDEMI *CORONAVIRUS DISEASE* (COVID-19) DI KELURAHAN
TALANG KELAPA KOTA PALEMBANG**

**Diajukan untuk Menyusun Skripsi pada Program
Strata Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang**



Nama : Maulinda Sari

NIM : 212017325

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2021**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Maulinda Sari
NIM : 212017325
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Hand Sanitizer* Antis Pada Masa Pandemi *Coronavirus Disease* (COVID-19)

Dengan Ini Saya Menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana strata satu baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lainnya
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah dipublikasikan orang lain kecuali secara tulisan dengan jelas dicantumkan sebagian acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperbolehkan karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, 25 Agustus 2021



Maulinda Sari

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Hand Sanitizer* Antis Pada Masa Pandemi *Coronavirus Disease* (COVID-19)
Nama : Maulinda Sari
NIM : 212017325
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal, Agustus 2021

Pembimbing I,



Dr. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si
NIDN : 0216057001

Pembimbing II,



Anggreany Hustia, S.E., M.M
NIDN : 0110128301

Mengetahui,
Dekan

Universitas Muhammadiyah Palembang
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen




Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si
NIDN: 0229057501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Maka, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya,
bersama kesulitan ada kemudahan”.

(QS. Al-Insyirah [94]: 5-6).

Dengan Mengucap Rasa Syukur Alhamdulillah Kepada Allah Swt.
Kupersembahkan Teruntuk Orang-orang Yang Kusayangi :

- ❖ Kedua orang tuaku tercinta, motivator dalam hidupku yang selalu mendoakan dan menyayangiku, atas semua pengorbanan dan kesabaran membesarkanku sampai kini dan membimbingku sampai menyelesaikan pendidikan S1.
- ❖ Saudaraku tersayang Kakak, Ayuk dan Adek.
- ❖ Bapak / Ibu Dosen, Guru dan Semua Orang yang Mendidik dan Menasehatiku terutama pembimbingku yang sangat berjasa dalam pembuatan skripsi ini Ibu Dr.Maftuhah Nurrahmi,S.E,M.Si dan Ibu Anggreany Hustia,S.E,M.M.
- ❖ Sahabat-sahabat terbaiku dan Teman-teman seperjuangan.
- ❖ Almamater kebangganku



PRAKATA

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, hidayat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk *Hand sanitizer* Antis Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kelurahan Talang Kelapa Kota Palembang dengan baik dan tepat pada waktunya. Skripsi ini adalah menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Dengan penuh rasa hormat, cinta, dan kasih sayang dan kerendahan hati, skripsi ini penulis persembahkan terkhusus kepada kedua orang tua, Ayahanda yaitu Firmansyah,S.H dan Ibunda Maidalina,S.pd dan Kakak, Ayuk dan Adek tersayang yang ikut membantu dalam penyusunan skripsi serta yang memiliki peran penting dalam perjalanan hidup penulis dan berjada dalam mendidik, mendoakan, memberikan dorongan motivasi, serta selalu ada disetiap masalah yang dihadapi penulis. Terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan kedua orang tua yang yang paling baik didunia serta keluarga besar yang selalu mendukung.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis sangat menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan, hal ini mengingat keterbatasan yang dimiliki penulis, baik dari segi ilmu ataupun pengalaman. Selesaiannya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dorongan serta motivasi dari beberapa pihak, maka dengan kesempatan yang didapat penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E.,M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yudha Mahrom, DS, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

3. Ibu Zaleha Tri Handayani, S.E.,M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Dr. Maftuhah Nurrahmi, S.E.,M.Si selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi.
5. Ibu Anggreany Hustia, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi.
6. Ibu Hj.Kholilah,S.E., M.Si dan Ibu Mardiana Puspasari,S.E.,M,Si selaku penelaah yang terus membantu penulisan untuk menyempurnakan hasil penelitian ini.
7. Ibu Anggreany Hustia, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik.
8. Ibu Dr.Sri Rahayu,S.E,M.M dan Bapak Ahmad Adi Arifai,S.E,M.M selaku penguji ujian kompre yang terus membantu dan menyempurnakan hasil penelitian ini.
9. Bapak dan Ibu dosen pengajar serta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
10. Keluarga tercinta, terutama kedua orang tua dan Saudara Kandungku yang selalu mendoakan dan terimakasih atas segala yang telah diberikan kepada saya memberikan semangat dan doa untuk kelancaran skripsiku.
11. Responden yang telah membantu memberikan jawaban untuk memberikan bahan penulisan dalam skripsi
12. Terima kasih kepada Sobatku Erine Putri Salma, S.M yang selalu setia memberikan bantuan dan mendengarkan keluh kesahku selama penulisan Skripsi.
13. Terima Kasih Kepada Teguh Apriansyah, S.STP yang selalu setia mendampingi dan mendengarkan keluh kesahku selama penulisan Skripsi ini.
14. Terima kasih kepada Saudaraku Joan Fadhilah Febrianty,S.AK terimakasih selalu membantu dan selalu ada dalam penulisan skripsi ini.

15. Terima kasih kepada sahabat-sahabat seperjuangan, Debby Devarizah,S.M., Yeni Afriyanti,S.M., Dwi Anggreany,S.M. selalu mensupport, selalu membantu dan selalu ada dalam penyusunan skripsi ini.
16. Terima Kasih Kepada Mentor sekaligus Kakakku Tersayang Rahmad Midun,S.E.,M.M dan Yesi Ismiralda,S.E. Serta Keluargaku Ikatan Putera Puteri UMP terkhususnya PPUMP 2017 yang selalu memberikan semangat dan mengisi waktu produktifku di Kampus Tercinta.
17. Terima Kasih Kepada Team MP3 yang selalu memberikan support selama Menyusun skripsi ini.
18. Terima kasih teman- teman manajemen paket I (perdamaian) yang telah membantu dan sama-sama berjuang dalam tugas akhirnya.
19. Terima kasih kepada sahabatku HAWA yang selalu ada dan memberi semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
20. Terima Kasih Teman-teman Singgoh Kato Laju Galo BGP 2019 yang selalu mensupport dan memberikan semangat dalam penulisan skripsi ini.
21. Terima Kasih sobatku Fikri, Jody dan Alya yang selalu mensupport dan membantu selama penulisan skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan dan semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.

Billahi Fii Sabiilil Haq, Fastabikul Khairot

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.

Palembang, Agustus 2021

(Maulinda Sari)

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTO.....	iv
HALAMAN PRAKATA	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	IX
DAFTAR GAMBAR.....	X
DAFTAR LAMPIRAN	XI
ABSTRAK	XII
ABSTRAC.....	XIII
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Landasan Teori	10
B. Penelitian Sebelumnya.....	32
C. Hipotesis	36
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	38
B. Lokasi Penelitian	39
C. Operasionalisasi Variabel	39
D. Populasi Dan Sampling.....	40
E. Data Yang Diperlukan	42
F. Metode Pengumpulan Data	42
G. Analisis Data Dan Teknik Analisis	44
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	51
B. Pembahasan Hasil Penelitian	80
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	87
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-	
LAMPIRANv	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Survey Top Brand.....	5
Tabel I. 2 Pra Riset	6
Tabel III. 1 Operasionalisasi Variabel	39
Tabel IV.1 Uji Validitas.....	57
Tabel IV.2 Uji Reliabilitas	59
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	62
Tabel IV.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	63
Tabel IV.7 Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	64
Tabel IV.8 Jawaban Responden Variabel Produk.....	66
Tabel IV.9 Jawaban Responden Variabel Harga.....	68
Tabel IV.10 Jawaban Responden Variabel Promosi	71
Tabel IV.11 Jawaban Responden Variabel Distribusi.....	73
Tabel IV.12 Analisis Regresi Linear Berganda.....	75
Tabel IV.13 Hasil Uji F	76
Tabel IV.14 Hasil Uji t	77
Tabel IV.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Model Perilaku Konsumen	11
Gambar II.2 Proses Keputusan Pembelian	13
Gambar II.3 Kerangka Pemikiran	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Jadwal Kegiatan Penelitian
Lampiran 2	Surat Pernyataan Selesai Melakukan Penelitian
Lampiran 3	Form Kuesioner Penelitian
Lampiran 4	Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
Lampiran 5	Data dan Hasil Penelitian
Lampiran 6	Tabel F, t dan r
Lampiran 7	Sertifikat Aik
Lampiran 8	Sertifikat SPSS
Lampiran 9	Sertifikat Pengantar Aplikasi Komputer
Lampiran 10	Sertifikat Aplikasi Komputer Dalam Bisnis
Lampiran 11	Surat Keterangan Plagiarism
Lampiran 12	Biodata Penulis

ABSTRAK

Maulinda Sari/212017325/2021/Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Handsanitizer* Antis pada masa Pandemi Covid-19 di Kelurahan Talang Kelapa Kota Palembang

Rumusan masalah dalam penelitian ini 1) Adakah Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian *Hand Sanitizer* Antis Pada Masa Pandemi *Coronavirus Disease* (COVID-19) di Kelurahan Talang Kelapa Kota Palembang. 2) Adakah Pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian *Hand Sanitizer* Antis Pada Masa Pandemi *Coronavirus Disease* (Covid-19) di Kelurahan Talang Kelapa Kota Palembang. 3) Adakah Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian *Hand Sanitizer* Antis Pada Masa Pandemi *Coronavirus Disease* (Covid-19) di Kelurahan Talang Kelapa Kota Palembang. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan 1) Untuk Mengetahui Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian *Hand Sanitizer* Antis Pada Masa Pandemi *Coronavirus Disease* (Covid-19) di Kelurahan Talang Kelapa Kota Palembang. 2) Untuk Mengetahui Pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian *Hand Sanitizer* Antis Pada Masa Pandemi *Coronavirus Disease* (Covid-19) di Kelurahan Talang Kelapa Kota Palembang. 3) Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian *Hand Sanitizer* Antis Pada Masa Pandemi *Coronavirus Disease* (Covid-19) di Kelurahan Talang Kelapa Kota Palembang. Jenis penelitian ini bersifat asosiasif. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden di Kelurahan Talang Kelapa Kota Palembang dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan melalui kuesioner (angket) dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan 1) Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *hand sanitizer* Antis di Kelurahan Talang Kelapa Kota Palembang. 2) ada pengaruh signifikan Citra Merek terhadap Terhadap Keputusan Pembelian *hand sanitizer* Antis di Kelurahan Talang Kelapa Kota Palembang. 3) ada pengaruh signifikan Kualitas Produk terhadap Terhadap Keputusan Pembelian *hand sanitizer* Antis di Kelurahan Talang Kelapa Kota Palembang.

Kata kunci : keputusan pembelian, citra merek dan kualitas produk

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pandemi Virus *Coronavirus Disease* (COVID-19) telah masuk ke Indonesia Pada awal bulan Maret 2020, Hal ini berakibat bagi seluruh masyarakat. Menurut kompas, 28 Maret 2020 dampak virus COVID-19 terjadi di berbagai bidang seperti social, ekonomi, pariwisata, dan Pendidikan. Banyak bidang ekonomi atau industri sebelum adanya Pandemi virus COVID-19 sangat jaya, kini redup dan mati apabila tidak dapat menyesuaikan dengan keadaan saat ini. Salah satu sektor yang justru mengalami peningkatan karena adanya COVID-19 adalah sektor industri yang memproduksi produk-produk kesehatan seperti masker dan antiseptik pembersih tangan atau *hand sanitizer*. Oleh karena itu, pemasar banyak berinovasi menciptakan produk-produk Antiseptik pembersih tangan atau *hand sanitizer* di masa Pandemi COVID-19.

Pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. Salah satu kajian menarik dalam pemasaran adalah perilaku konsumen. Berbagai faktor tersebut, para ahli kemudian mengambil fokus pada pertanyaan tentang bagaimana pada akhirnya konsumen mengambil keputusan untuk membeli atau tidak membeli setelah memperoleh beragam sumber informasi dan melakukan evaluasi terhadapnya (Kotler dan Armstrong,

2014:27). Pada dasarnya semakin banyak produk yang ditawarkan dipasar, maka banyak pula pilihan konsumen untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan harapannya. Sehingga konsekuensi dari kondisi tersebut adalah konsumen menjadi lebih cermat dan pintar dalam menghadapi setiap produk yang ditawarkan dipasar. Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan demikian maka produk dapat bersaing dipasaran, sehingga menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan. Keunggulan-keunggulan produk dapat diketahui oleh konsumen dan bisa membuat konsumen tertarik untuk mencoba dan kemudian akan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk tersebut.

Pemasaran dinilai sangat penting karena perannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam memenangkan persaingan perusahaan harus kreatif dan inovatif dalam melakukan terobosan-terobosan baru untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kebutuhan dan keinginan konsumen sebagai pasar sangatlah bervariasi dan berubah-ubah sesuai dengan perkembangan saat ini. Selain itu juga, Perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut dikarenakan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan aktivitas pembelian, oleh karena itu perusahaan harus dapat memahami perilaku konsumen agar kegiatan pemasarannya efektif dan efisien.

Perilaku konsumen ialah suatu studi bagaimana individu, kelompok, dan organisasi atau Lembaga memilih, membeli menggunakan, dan membuang barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (Gunawan dalam Awaliyah, 2017:14). Terdapat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam membuat suatu keputusan pembelian yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor personal, dan faktor psikologi. Selain empat faktor tersebut, perilaku konsumen juga dapat dipengaruhi dari stimuli pemasaran berupa bauran pemasaran (*marketing mix*).

Keputusan Pembelian sebagai tahap keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian suatu produk. Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian salah satunya kualitas produk yang merupakan karakteristik suatu produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Kualitas produk menurut Kotler dan Amstrong (2014:283) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut lainnya. Persepsi Kualitas Produk merupakan pemahaman bahwa produk merupakan peluang yang ditawarkan oleh penjual dan mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki produk pesaing. Oleh karena itu, perusahaan berusaha focus pada kualitas produk yang dimiliki dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing.

Faktor lain yang mempengaruhi Keputusan Pembelian adalah Citra merek. Citra merek adalah konsep yang mudah dimengerti, tetapi sulit dijelaskan secara sistematis. Menurut Fandy Tjiptono (2015:49) Citra merek adalah deskripsi asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merk tertentu. Produk yang memiliki Citra merek yang baik cenderung akan lebih mudah diterima oleh konsumen dan akan diingat oleh konsumen jika mendengar merek tersebut.

Pada Masa Pandemi COVID-19 saat ini pemasar terus-menerus menciptakan dan menawarkan produk Kesehatan karena meningkatnya permintaan konsumen. Salah satu produk yang diminati konsumen saat ini adalah Antiseptik Pembersih tangan atau *Hand sanitizer*. Berbagai merek hand sanitizer beredar luas di pasaran, seperti Dettol, Antis, Betadine, Lifebouy, dan Handy Clean. Salah satu merek handsanitizer yang paling diminati masyarakat adalah produk merek Antis, berdasarkan data *Top Brand Award* Antis menduduki posisi pertama dalam cairan antiseptic pembersih tangan fase 2020. Seperti pada tabel berikut :

TABEL I.1
SURVEY TOP BRAND INDEX 2020

BRAND	TBI 2020
Antis	33.8%
Detol	30.0%
Betadine	10.6%
Lifebouy	7.0%
Handy Clean	5.7%

Sumber : <http://www.topbrand-award.com>

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui bahwa Antis berada pada urutan teratas indeks tahun 2020 dengan persentase 33.8% disusul dengan merek lainnya. Dalam hal ini Antis mendapat kepercayaan dalam benak konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen. *Top brand* dapat dijadikan parameter keberhasilan merek dalam kinerja produk. Antis yang merupakan salah satu merek *hand sanitizer* produk dari Enesis Group tetap optimis dan tetap berinovasi menghasilkan produk yang berkualitas, hal ini tidak mudah untuk menjadikan konsumen melakukan keputusan hanya pada satu merek tertentu. Oleh karena itu, untuk mengetahui tanggapan konsumen dilakukan pra riset mengenai produk Antis. Jawaban Responden ditampilkan dalam tabel berikut :

TABEL I.2
Hasil Pra Riset Keputusan Pembelian *Hand Sanitizer* Antis
Di Kelurahan Talang Kelapa Kota Palembang

No	Keputusan Pembelian	Setuju	Tidak Setuju
1	<i>Hand Sanitizer</i> Antis memiliki banyak macam varian produk	16	14
2	Merek <i>Hand Sanitizer</i> Antis telah dikenal oleh konsumen	17	13
3	<i>Hand Sanitizer</i> Antis memiliki kualitas yang baik	11	19
4	<i>Hand Sanitizer</i> Antis memiliki aroma yang harum dan tidak lengket	18	12
5	<i>Hand Sanitizer</i> Antis memiliki kemasan yang praktis	14	16
6	Merek <i>Hand Sanitizer</i> Antis mudah untuk diingat	9	21
7	<i>Hand Sanitizer</i> Antis memberikan kesan yang positif	13	17
8	Mengenal <i>Hand Sanitizer</i> Antis dalam sekali lihat	14	16

Sumber : Penulis, 2021

Berdasarkan Hasil pra riset Keputusan Pembelian *Hand Sanitizer* Antis di Kelurahan Talang Kelapa bahwa konsumen belum banyak mengenali merek *Hand Sanitizer* Antis yang dituju dari pernyataan nomor 2. Selain itu, masih ada konsumen produk *Hand Sanitizer* Antis yang belum yakin dengan kualitas produk ini terlihat dari pernyataan nomor 4 yang masih tidak setuju akan aroma yang harum dan tidak lengket. Oleh sebab itu, Peneliti mengangkat judul penelitian **“Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Hand Sanitizer* Antis pada Masa Pandemi *Coronavirus Disease* (COVID-19) di Kelurahan Talang Kelapa Kota Palembang”**

B. Rumusan Masalah

1. Adakah Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian *Hand Sanitizer* Antis Pada Masa Pandemi *Coronavirus Disease* (COVID-19) di Kelurahan Talang Kelapa Kota Palembang?
2. Adakah Pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian *Hand Sanitizer* Antis Pada Masa Pandemi *Coronavirus Disease* (Covid-19) di Kelurahan Talang Kelapa Kota Palembang?
3. Adakah Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian *Hand Sanitizer* Antis Pada Masa Pandemi *Coronavirus Disease* (Covid-19) di Kelurahan Talang Kelapa Kota Palembang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian *Hand Sanitizer* Antis Pada Masa Pandemi *Coronavirus Disease* (Covid-19) di Kelurahan Talang Kelapa Kota Palembang.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian *Hand Sanitizer* Antis Pada Masa Pandemi *Coronavirus Disease* (Covid-19) di Kelurahan Talang Kelapa Kota Palembang.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian *Hand Sanitizer* Antis Pada Masa Pandemi *Coronavirus Disease* (Covid-19) di Kelurahan Talang Kelapa Kota Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian dapat memberikan gambaran praktek dari teori yang selama ini diperoleh selama perkuliahan, khususnya dalam konsentrasi pemasaran.

2. Bagi Perusahaan

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan mengenai strategi pemasaran yang akan diambil dan mengetahui kekuatan daya saing produk sejenis dengan perusahaan.

3. Bagi Almamater

Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan referensi dan dijadikan bahan bacaan bagi para peneliti yang sedang melakukan kegiatan penelitian untuk dijadikan bahan pertimbangan terutama di bidang pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan. 2014. *Manajemen Pemasaran Analisis untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Ari Apriani. (2020). *Pengaruh Citra dan kualitas produk sabun mandi Lifeboouy terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan. (Studi Kasus Pada Universitas Dian Nusantara)*. *Jurnal Perspektif Manajerial dan Kewirausahaan Vol.1 No.2, 2021*. Universitas Dian Nusantara.
- Buchari Alma. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Kesembelian. Bandung:Alfabeth.
- Diah Isnaini Asiati, dkk. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Palembang : Noer Fikri.
- Etta Mamang Sangadji & Sopiah. (2020). *Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Edisi 1. Yogyakarta:Andi.
- Irawan Dakhi, Afrika dan Niko Sumbayak. (2018). *Pengaruh Citra Merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk body wash Dettol. (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan Kelurahan Pandau Hilir lingkungan VIII)*. *Jurnal Mutiara Manajemen, Vol.3 No.1, 2018*. Universitas Sari Mutiara Indonesia.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & G, A. (2012). *Principles Of Marketing*. Pearson Education: Global Edition.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*, Jakarta: Erlangga
- M. Iqbal Hasan. (2012). *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif)*. Edisi kedua. Jakarta:Bumi Aksara
- Nofrah Dila wati. (2020). *Pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian produk garnier pembersih wajah. (Studi Kasus pada Masyarakat di kota Pekanbaru)*.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, F., & Candra, G. (2012). *Pemasaran Strategik* (Edisi Kedua ed.). Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Putri Arizona, Nadya. (2021). *Pengaruh Kesadaran Merek dan Persepsi Kualitas terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh Citra Merek Produk Hand Sanitizer Antis. (Studi Kasus dimasa Pandemi Covid-19 Pada Mahasiswa/I STEI Rawa Mangun Jakarta)*.
- Yuni Wulandari dan M. Ridwan Basalamah. (2017). *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 Islam Malang Angkatan 2017-2019)*. E-Jurnal Riset Manajemen. Universitas Islam Malang.
- Zuhriah dan Ervita. (2017). *Statistik II*. Palembang : Universitas Muhammadiyah Palembang.