

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHAMPO CLEAR PADA  
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi S1 (S.M)**



**RACHMAT SALEH**

**212018299**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2022**

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHAMPO CLEAR PADA  
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**Diajukan Untuk Menyusun Skripsi Pada  
Program Strata Satu Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Palembang**



**RACHMAT SALEH**

**212018299**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2022**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rachmat Saleh  
NIM : 212018299  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Metodologi Penelitian : Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian Shampo Clear pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
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 ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan ssesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, 14 februari 2023

  
Rachmat Saleh

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

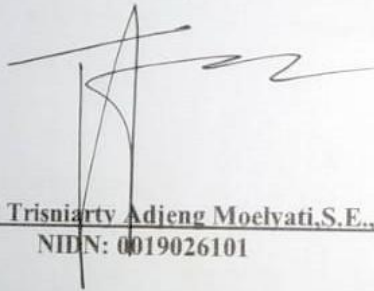
Judul : Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan  
Pembelian Shampo Clear Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah  
Palembang

Nama : Rachmat Saleh  
Nim : 212018299  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan disahkan

Pada Tanggal, Februari 2023  
Pembimbing II,

Pembimbing I,



Dr. Trisniarty Adjeng Moelyati, S.E., M.M.  
NIDN: 0019026101

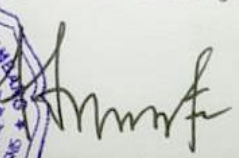


Mardiana Puspasari, S.E., M.Si  
NIDN: 0226107001

Mengetahui  
Dekan

u.b. ketua Program Studi Manajemen



  
Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si  
NIDN: 022905750

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO:**

- 1. “Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yangmunkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung” (Q.S. Ali „Imran:104)**
- 2. “Hiduplah seakan kamu akan mati besok. Belajarlh seakan kamu akan hidup selamanya” (Mahatma Gandhi)**
- 3. “Tidak Perlu Khawatir Dengan Masa Depan, Sebab Setiap Orang Memiliki Waktunya Masing-Masing” (Rachmat Saleh)**

### **PERSEMBAHAN:**

**Kupersembahkan Skripsi ini Kepada:**

- 1. Kedua orang tua saya, Ayah (Aliyus) dan Ibu (Wakina) yang sudah mensupport dari awal hingga akhir**
- 2. Dan saudara/i kandung saya**
- 3. Pembimbing Skripsi Ibu Dr. Trisniarty Adjeng Moelyati, S.E., M.M. dan Ibu Mardiana Puspasari, S.E., M.Si.**

**Sahabat-sahabat saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## PRAKATA

*Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.*

Alhamdulillah rabbil'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, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Clear Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah 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.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada kedua orang tuaku tercinta bapak Aliyus dan ibu Wakina telah merawat, mendidik, mendo'akan dan memberikan dorongan semangat kepada penulis dengan penuh cinta dan kasih sayang.

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. Selesainya 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 Dr. Zaleha Tri Handayani, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Dr. Trisniarty Adjeng Moelyati, S.E., M.M selaku dosen pembimbing I yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi saya yang telah membimbing saya dalam penyelesaian skripsi saya dengan penuh kesabaran menghadapi saya.
5. Ibu Mardiana Puspasari, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi saya yang telah membimbing saya dalam penyelesaian skripsi saya dengan penuh kesabaran menghadapi saya.
6. Ibu Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E., M.M sebagai dosen pembimbing akademik saya yang memotivasi dan memberikan dukungan kepada saya.
7. Bapak dan Ibu dosen pengajar serta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
8. Keluarga tercinta, terutama kedua orang tua dan adikku yang selalu mendoakan dan terimakasih atas segala yang telah diberikan kepada saya dan tak lupa juga untuk keluarga besarku yang telah memberikan semangat dan doa untuk kelancaran skripsiku.

9. Kepada seluruh teman-teman seperjuangan angkatan 2018 yang telah memberikan do'a serta dukungan.
10. Kepada teman-teman seperjuangan
11. Semua pihak yang telah ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, akan tetapi semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

***Billahi Fii Sabiilil Haq, Fastabikul Khairot  
Wassalamu'alaykum Warohmatullahi Wa Barokatuh.***

Palembang, Februari 2023

Rachmat Saleh



## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Pernyataan Plagiat .....	iii
Halaman Pengesahan Skripsi .....	iv
Halaman Motto dan Persembahan .....	v
Halaman Prakata .....	vi
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel .....	xi
Daftar Gambar.....	xii
Halaman Lampiran.....	xiii
Abstrak .....	xiv

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8

### **BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN**

#### **HIPOTESIS**

A. Landasan Teori .....	9
B. Penelitian Sebelumnya .....	21
C. Kerangka Pemikiran .....	26
D. Hipotesis .....	28

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian .....	30
B. Lokasi Penelitian .....	31
C. Operasionalisasi Variabel .....	32
D. Populasi dan Sampling .....	33
E. Data Yang Diperlukan .....	35
F. Metode Pengumpulan Data.....	35
G. Analisis Data Dan Teknis Analisis .....	36

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian.....	46
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	64

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan.....	77
B. Saran .....	78
Daftar Pustaka .....	79
Lampiran .....	81

## DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Data Penjualan Produk Shampo Tahun 2019-2022.....	3
Tabel I. 2 Hasil Pra Riset Mengenai Keputusan Pembelian Shampo Clear .....	5
Tabel II. 1 Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Sebelumnya	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel III. 1 Defenisi Operasional Variabel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel IV. 2 Hasil Uji Reliabilitas.....	49
Tabel IV. 2 Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel IV. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
Tabel IV. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	51
Tabel IV. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	52
Tabel IV. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan .....	52
Tabel IV. 10 Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	53
Tabel IV. 11 Hasil Jawaban Responden Variabel Citra Merek .....	54
Tabel IV. 12 Hasil Jawaban Responden Variabel Harga.....	55
Tabel IV. 13 Hasil Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk.....	57
Tabel IV. 14 Coefficientsa Regresi Linier Berganda.....	58
Tabel IV. 15 ANOVAa Uji F .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel IV. 16 Coefficientsa Uji t .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel IV. 17 Model Summary .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Model Keputusan Pembelian.....**Error! Bookmark not defined.**

Gambar II. 2 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar II. 3 Kerangka Pemikiran .....**Error! Bookmark not defined.**

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Jadwal Penelitian

Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian

Lampiran 3. Tabel Tabulasi.

Lampiran 4. Uji validitas dan Reabilitas

Lampiran 5. Regresi Linier Berganda Uji F Dan Uji T

Lampiran 6. Tabel Distribusi f.

Lampiran 7. Tabel Distribusi t

Lampiran 8. Tabel Distribusi r

Lampiran 9. Kartu Aktivitas Bimbingan Skrips

## **Abstrak**

***Rachmat Saleh/212018299/2023/Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Clear Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.***

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Adakah Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Shampo Clear Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang secara simultan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Asosiatif, analisis data menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 68 responden, teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Teknik analisis data menggunakan analisis Regresi Linier Berganda. Hipotesis Uji  $f$  dan Uji  $t$  serta koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan melalui (uji  $F$ ) ada pengaruh signifikan antara Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Shampo Clear pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang nilai  $f$  hitung  $>$   $f$  tabel ( $81,330 > 2,17$ ). Secara (uji  $t$ ) ada pengaruh signifikan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $2,695 > 1,667$ ), dan Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $4,019 > 1,667$ ), dan Kualitas Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $7,843 > 1,667$ ). Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa besarnya sumbangan perubahan Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Shampo Clear pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang sebesar 77,7%, sedangkan sisanya 23,3% disumbang oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.*

***Kata Kunci: Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian***

## **Abstrak**

***Rachmat Saleh/212018299/2023/The Influence of Brand Image, Price, and Product Quality on the Purchase Decision of Clear Shampoo in Students of the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Palembang.***

*This study aims to determine whether there is an influence of brand image, price, and product quality on the purchase decision of clear shampoo in students of the Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Palembang simultaneously. The type of research used is associative research, data analysis using Multiple Linear Regression Analysis. The sample in this study were 68 respondents, the sampling technique used purposive sampling technique. Data analysis technique using Multiple Linear Regression analysis. Hypothesis Test  $f$  and test  $t$  and the coefficient of determination. The results of this study show that through ( $F$  test) there is a significant influence between Brand Image, Price, and Product Quality on Clear Shampoo Purchasing Decisions for Students of the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Palembang, value of  $f$  count  $>$   $f$  table ( $81.330 > 2.17$ ). In ( $t$  test) there is a significant effect of brand image on purchasing decisions  $t$  count  $>$   $t$  table ( $2.695 > 1.667$ ), and price has a significant influence on purchasing decisions  $t$  count  $>$   $t$  table ( $4.019 > 1.667$ ), and product quality has an influence significant to Purchase Decision value  $t$  count  $>$   $t$  table ( $7.843 > 1.667$ ). The results of the coefficient of determination show that the magnitude of the contribution of changes in Brand Image, Price, and Product Quality to Clear Shampoo Purchasing Decisions in Students of the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Palembang is 77.7%, while the remaining 23.3% was contributed by other variables not included in this study.*

***Keywords: Brand Image, Price, Product Quality, and Purchase Decision***

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Tragedi menyebarnya virus global yang kemudian dikenal dengan Pandemi Covid-19 telah merubah kehidupan manusia menuju kehidupan new normal life. Pada bulan Maret 2020 Indonesia kemudian memberlakukan proses perubahan hidup tersebut dan kemudian berkembang dalam aspek kehidupan sosial, politik, agama dan ekonomi, perubahan pola dengan sistem tersebut membangun berbagai Pembatasan aktivitas masyarakat (Kesmas 2020)

Menurut Badan Pusat Statistik (2019) Perubahan dari aspek ekonomi di Indonesia menjadi bagian penting untuk ditelaah, sebagai akibat pembatasan sosial menyebabkan terjadinya penurunan tingkat pertumbuhan ekonomi di Indonesia, penurunan pendapatan Negara juga dapat dilihat dengan banyaknya perusahaan-perusahaan besar yang mengalami kerugian sehingga tidak sanggup membayar upah pekerja, kemudian terjadi pemutusan hubungan kerja (PHK) secara besar. Hal ini menyebabkan terjadinya tingkat pengangguran yang tinggi di Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), tercatat pada tahun 2019 jumlah pengangguran di Indonesia (sebelum terjadinya pandemic covid-19) sebesar 5,28% atau mencapai 7,05 juta orang. Angka pengangguran tersebut naik menjadi 7,07% pada tahun 2020.

Tingginya tingkat pengangguran menyebabkan turunnya tingkat pendapatan masyarakat, hal ini berdampak pula terhadap kegiatan



perekonomian masyarakat dalam hal jual beli pemenuhan kebutuhan hidup, masyarakat mulai beralih menjadi individu yang bersifat hemat, hingga demikian terjadilah pergeseran minat beli masyarakat terhadap suatu produk yang dibutuhkan. Oleh sebab itu, banyak perusahaan berlomba-lomba mempertahankan brand yang mereka kelola agar tetap diminati masyarakat. Tingginya tingkat kebersihan masyarakat selama pandemic covid-19, memberikan keuntungan yang sangat besar bagi perusahaan yang memproduksi kebutuhan perlengkapan mandi masyarakat seperti sabun, akan tetapi berbeda dengan produk shampo dimana minat beli masyarakat masih tergolong sedikit.

Berdasarkan data yang tercatat pada Top Brand Award 2019, tingkat penjualan terhadap produk shampo Pantene sebesar 22.9%, shampoo Clear 19.8%, shampo sunsilk 18.3% , shampoo Lifebuoy 14.1% , shampo Dove 6.1%. Kemudian, pada tahun 2020 tercatat tingkat penjualan shampoo Pantene sebesar 28.1%, shampoo Clear 18.7%, shampo Sunsilk sebesar 13.3%, shampo Lifebuoy sebesar 11.9%, dan Dove sebesar 7.6%. Pada tahun 2021 tingkat penjualan shampoo Pantene sebesar 17%, shampo Clear sebesar 11.5%, shampo Sunsilk sebesar 4.5%, shampo Lifebuoy sebesar 4.6%, dan shampo Dove sebesar 14.6%.

**Tabel I. 1**  
**Data Penjualan Produk Shampo Tahun 2019-2022**

<b>Nama Produk</b>	<b>Tahun 2019</b>	<b>Tahun 2020</b>	<b>Tahun 2021</b>	<b>Tahun 2022</b>
<b>Pantene</b>	22.9%	28.1%,	17%	12.4%
<b>Clear</b>	19.8%	18.7%	11.5%	11.3%
<b>Sunsilk</b>	18.3%	13.3%	4.5%	10.2%
<b>Lifebuoy</b>	14.1%	11.9%	4.6%	10.3%
<b>Dove</b>	6.1%	7.6%	14.6%.	4.1%

Sumber: [Https://www.topbrand-award.com](https://www.topbrand-award.com)

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan dan penurunan secara merata terhadap produk shampo. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat beli masyarakat terhadap suatu produk seperti citra merek, harga, dan kualitas dari produk itu sendiri.

Citra merek sangat mempengaruhi minat beli masyarakat terhadap suatu produk. Menurut Kotler dan Keller (2016:346), citra merek merupakan pandangan konsumen terhadap suatu merek sebagai gambaran asosiasi yang ada dalam pemikiran konsumen. Apabila konsumen mengingat suatu merek tertentu, maka daya beli konsumen akan meningkat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Jaman Susanto dan Ragil Johanis (2022), keduanya memiliki opini yang sama terhadap citra merek suatu produk. Mereka memberikan kesimpulan bahwa semakin terkenalnya suatu produk dapat memberikan jaminan akan kualitas dari produk itu sendiri.

Selain citra merek, harga juga dapat dijadikan tolak ukur konsumen terhadap minat beli suatu prduk. Menurut Kotler dan Amstrong (2018:308), harga merupakan jumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Dengan kata lain, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan

untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Debi Novalia (2022), memberikan opini bahwa semakin murah suatu harga produk akan meningkatkan minat beli konsumen terhadap suatu produk. Mayoritas masyarakat lebih banyak berminat membeli suatu produk dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan memperhatikan merek. Tidak hanya itu, menurut Debi mayoritas masyarakat yang banyak dijumpai ketika berbelanja dalam suatu perusahaan retail lebih mempertimbangkan harga diskon terhadap suatu produk dibandingkan membeli produk berdasarkan citra merek.

Kualitas produk merupakan salah satu penentu minat beli masyarakat terhadap suatu produk. Menurut Kotler dan Amstrong (2014:11), kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam mempergerakan fungsinya. Hal inilah yang mampu memberikan nilai jual yang tinggi terhadap suatu produk. Semakin tinggi kualitas produk yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula minat beli konsumen terhadap suatu produk.

Hal tersebut dibuktikan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lavenia (2020), menunjukkan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen diatas merupakan suatu tindakan atau perilaku konsumen yang diartikan sebagai suatu keadaan dimana konsumen memiliki ketertarikan dalam suatu produk

atau jasa ditentukan oleh beberapa hal yang kemudian menghasilkan keputusan untuk memiliki atau menggunakan produk atau jasa.

Penulis mencoba melakukan survey awal kepada konsumen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang untuk mengetahui variabel Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Shampo Clear berikut adalah hasil wawancara yang

Berikut hasil survei awal yang dilakukan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang yang pernah melakukan pembelian Shampo Clear.

**Tabel I. 2**  
**Hasil Pra Riset Mengenai Keputusan Pembelian Shampo Clear Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Di Universitas Muhammadiyah Palembang**

No	Pernyataan	Setuju	Tidak Setuju
1	Saya membeli shampoo clear sesuai dengan masalah rambut yang dialami	12	18
	Saya membeli shampoo karena memiliki varian produk yang baik	11	19
2	Saya membeli produk shampoo berdasarkan tampilan kemasan	11	19
	Saya membeli produk clear karena populer	14	16
3	Saya membeli shampoo clear karena harga yang murah	15	15
	Saya membeli shampoo clear karena harga sesuai dengan kualitas produknya	13	17
4	Saya membeli shampoo clear karena dapat mengatasi masalah rambut yang saya alami	11	19
	Saya membeli produk clear karena percaya akan kualitas produknya	16	14

*Sumber : Hasil Survei 2022*

Pernyataan pertama mewakili variable keputusan pembelian, berdasarkan data yang didapatkan, diketahui bahwa 62% responden menyatakan masalah pada rambut yang responden alami serta banyaknya

varian penawaran perbaikan masalah-masalah pada rambut yang ditawarkan produk shampoo clear tidak menjadi alasan mereka dalam membeli produk shampoo.

Hampir serupa dengan pernyataan pertama, pada pernyataan kedua hasil negative juga ditemukan saat peneliti berbicara tentang variable 'citra merek'. Didapatkan data hasil dari 30 responden, 58% diantaranya menyatakan tidak memperdulikan tampilan produk dan kepopuleran nama produk.

Sedikit berbeda dengan pernyataan satu dan dua, didapatkan hasil 53% pernyataan negative dari responden pada pernyataan ketiga dalam pembahasan kualitas produk dan harga dari produk yang dijual.

Pernyataan terakhir yang berhubungan dengan variable kualitas produk, 55% responden menjawab negative dalam pernyataan yang mengarah pada performa produk dalam mengatasi masalah rambut dan kepercayaan mereka akan kualitas produk dari shampoo clear.

Dari hasil analisis awal yang dilakukan peneliti didapatkan data yang condong ke arah negative dari apa yang ditanyakan peneliti untuk menjadi landasan dalam penelitian. Maka jika ditarik kesimpulan awal, 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di lingkungan Universitas Muhammadiyah Palembang belum menunjukkan hasil yang dapat menjadi acuan positif bahwa indikator seperti; keputusan pembelian, citra merek, harga dan kualitas produk belum terbukti secara sederhana dapat mengangkat jumlah penjualan suatu produk.

Berdasarkan fenomena diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul *“Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Clear Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang”*

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh citra merek, harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian Shampo Clear pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang?
2. Adakah pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Shampo Clear pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang?
3. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Shampo Clear pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang?
4. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Shampo Clear pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui, pengaruh citra merek, harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian Shampo Clear pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

2. Untuk mengetahui, pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Shampo Clear pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Untuk mengetahui, pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Shampo Clear pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Untuk mengetahui, pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Shampo Clear pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan di atas, maka penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi semua pihak diantaranya :

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah atau memperluas wawasan penulis tentang praktek dari teori selama perkuliahan khususnya dalam konsentrasi pemasaran.

2. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi tambahan, serta dapat menjadikan acuan atau kajian bagi penulisan yang akan datang terhadap topik yang sama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustinawati. (2016). Pengaruh Citra Merek Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Membeli Shampo Dove di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner dan Strategis Jurusan Manajemen Universitas Malikussaleh. Vol 5, No.1*
- Amilia, Suri. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Keuangan Vol. 6 No.1. hal 660 – 670*
- Amrullah, Pamasang S, Siburian, Saida Zainurossalamia ZA. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Sepeda Motor Honda. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Vol. 13 No.2 . hal 99 - 118.*
- Arief Chandra Pahlevi dan Musthofa. (2018). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Pantene. *Jurnal Aplikasi Bisnis Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang. Vol. 3 No.1 hal 55 – 61*
- Choirun'nida Hasibuan, dan Alim Murtani. (2020). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Rejoice 3 in 1 Hijab (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Potensi Utama). *Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Potensi Utama. Vol. 1 No.1. hal 161 – 171.*
- Khasanah, Siti Hertiwi, Nani Ariani, dan Jenji Gunaedi Argo. (2021). Analisis Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kepuasan Merek Terhadap Loyalitas Merek. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akutansi Vol. 2 No.1. hal 394 - 411.*
- Yunita Mega, dan Elwisam. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Celebrity Endorses terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunsilk pada Indomaret Pasar Minggu Jakarta Selatan. *Jurnal Manajemen Universitas Nasional. Vol. 13, No.2. hal 26 – 36.*
- Onny Setyawan, Yeni dan Okalesa. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Di Ciputra Seraya Pekan Baru. *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis Vol. 5 No.1. hal 12 - 23.*
- Salim Maghfur. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Pantene Di Kota Wates. Produk The Body Shop di Ciputra Seraya Pekan Baru. *Jurnal Ekobis Dewantara Vol. 1 No.10. hal 71 - 80.*
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta7



- Tjiptono. (2017). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. ANDI: Yogyakarta
- Wiratna Sujarweni, V. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- Kesmas. (2020, Agustus). Adaptasi Kebiasaan Baru Di Masa Pandemi Covid-19. <https://diskes.baliprov.go.id/adaptasi-kebiasaan-baru-di-masa-pandemi-covid-19/>.
- Statistik, B. P. (2019, Agustus). (BPS-Statistics Indonesia). [https://www.bps.go.id/pressrelease/2019/11/05/1565/agustus-2019--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-5-28persen.html#:~:text=Pada%20Agustus%202019%2C%20TPT%20turun,\(TPAK\)%20juga%20mengalami%20peningkatan](https://www.bps.go.id/pressrelease/2019/11/05/1565/agustus-2019--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-5-28persen.html#:~:text=Pada%20Agustus%202019%2C%20TPT%20turun,(TPAK)%20juga%20mengalami%20peningkatan).
- Zalina , D. (2018). Pengaruh Faktor Psikologi Konsumen Etnis Tionghoa Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perbankan (Studi Pt Bank Central Asia Tbk Bandar Lampung. *Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung*, 11, 56-66.