

**PENGARUH HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DALAM
MEMBELI PRODUK SABUN MEREK
SUNLIGHT DI DESA MULIOREJO
SUNGAL**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh :

**PUTRI SUSANTI ARITONANG
NPM : 10 832 0056**



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2014**

JUDUL : PENGARUH HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK SABUN MEREK SUNLIGHT DI DESA MULIOREJO SUNGGAL

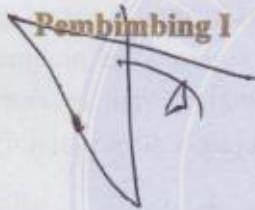
NAMA : PUTRI SUSANTI ARITONANG

NIM : 10 832 0056

JURUSAN : MANAJEMEN

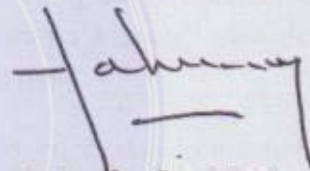
**Menyetujui :
Komisi Pembimbing**

Pembimbing I



(Hery Syabrial, SE, M.Si)

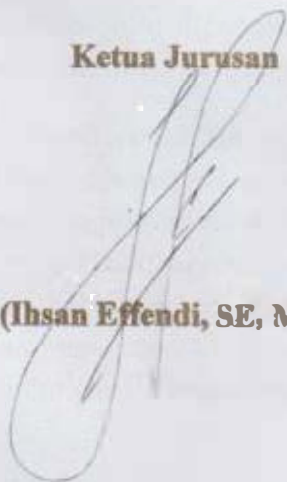
Pembimbing II



(H. Syabriandy, SE, M.Si)

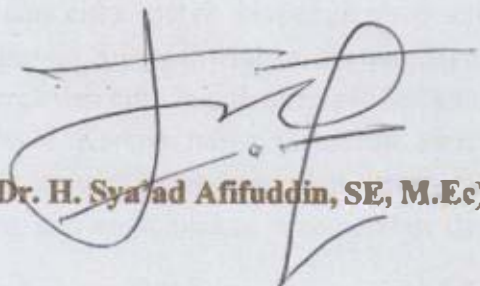
Mengetahui :

Ketua Jurusan



(Ihsan Effendi, SE, M.Si)

Dekan



(Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, M.Ec)

Tanggal Lulus :

2014

ABSTRAK

Putri Susanti Aritonang, NPM 10.832.0056 : "Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Membeli Produk Sabun Merek Sunlight di Desa Mulioorejo Sunggal". Dibawah bimbingan (Hery Syahrial, SE, Msi sebagai Pembimbing I, dan H. Syahriandy, SE, Msi sebagai Pembimbing II).

Dengan semakin berkembangnya bisnis sabun pencuci piring di Indonesia, sehingga perusahaan harus membuat strategi pemasaran baru untuk mempertahankan dan meraih pangsa pasar yang lebih tinggi. Tujuan penelitian ini adalah apakah ada pengaruh harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan. Harga didefinisikan sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah dari nilai yang dipertukarkan dalam nilai jual produk yang ditetapkan oleh perusahaan. Sedangkan citra merek adalah bagian dari merek yang dapat dikenali namun tidak dapat diucapkan, seperti lambang, desain huruf atau warna khusus, atau persepsi pelanggan atas sebuah produk atau jasa yang diwakili oleh mereknya.

Jenis penelitian ini adalah Asosiatif. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk sabun Sunlight di Desa Mulioorejo Sunggal yang berjumlah sekitar 36.682 orang dan di perkirakan 200 orang yang menggunakan sabun sunlight, dan penulis meneliti jumlah sampel sebanyak 67 konsumen di Desa Mulioorejo Sunggal. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan data primer berupa dengan membagikan kuesioner pada responden yang dijadikan sampel pada penelitian dan data sekunder dengan melakukan studi kepustakaan untuk mendapatkan data - data yang berkaitan dengan masalah penelitian. Teknik analisis yang dipergunakan adalah uji statistik yang menggunakan model analisa regresi linear sederhana dengan menggunakan *software SPSS Versi 20*.

Dari hasil penelitian diperoleh bahwa harga dan citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen di Desa Mulioorejo Sunggal. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian akan meningkat apabila harga dan citra merek akan produk yang diberikan perusahaan sesuai dengan kualitas yang baik. Karena harga dan citra merek memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, menjadi dasar bagi pembelian ulang dan menciptakan rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.

Kata kunci : Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas Berkah, Rahmad dan Karunianya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi di Universitas Medan Area. Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari sempurna juga masih banyak terdapat kekurangan serta kejanggalan, baik dari bahasa, isi dan tulisan. Penulis juga mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari para pembaca untuk sempurnanya tulisan ini.

Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati tidak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. A. Ya`kub Matondang, selaku Rektor Universitas Medan Area,
1. Bapak Prof. Dr. H. Sya`ad Afifuddin, SE, MEd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
2. Bapak Hery Syahrial, SE, Msi selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area, sekaligus selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya guna membimbing penulis dalam menyelesaikan tulisan ini.
3. Bapak Ibsan Effendi, SE, Msi selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area
4. Bapak H. Syahriandy, SE, Msi selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya guna membimbing penulis dalam menyelesaikan tulisan ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta staff pegawai Fakultas Ekonomi yang telah mengajar dan membantu penulis hingga dapat menyelesaikan perkuliahan.

6. Bapak Kepala Desa dan Pegawai di Balai Desa Muliorejo Kec. Sunggal yang telah membantu penulis dalam memberikan data dan informasi demi terwujudnya skripsi ini.
7. Teristimewa kepada Ayahanda tercinta M. Aritonang yang memberiku didikan, doa dan semangat kepada penulis , serta Ibundaku tersayang Flora Simanjuntak yang dengan penuh kasih sayang telah mengasuh, mendidik, membimbing serta dengan doa restunya penulis berhasil menyelesaikan pendidikan hingga ke perguruan tinggi, serta kepada abang-abang dan kakak tercinta yang selalu memberi dukungan dan motivasi kepada penulis.
8. Seluruh teman – teman, khususnya buat sahabatku Theresia, Sekar, Vindry, Rahma, Sheila, Rani, Yola. yang memberiku semangat, motivasi serta membantu penulis dalam menyelesaikan tulisan ini, serta seluruh teman-teman Fakultas Ekonomi yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu saya mengucapkan terima kasih banyak.

Semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi para pembaca dan bagi penulis khususnya, dan kiranya Tuhan Yang Maha Esa senantiasa melimpahkan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua.

Medan, 16 Maret 2014

Penulis

Putri Susanti Aritonang

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|----------------------------|---|
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 4 |
| C. Tujuan Penelitian | 5 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 5 |

BAB II KERANGKA TEORITIS

| | |
|---|----|
| A. Landasan Teori..... | 7 |
| 1. Keputusan Pembelian..... | 7 |
| 1.1 Pengertian Keputusan Pembelian..... | 7 |
| 1.2 Jenis-Jenis Keputusan Pembelian | 8 |
| 1.3 Proses Keputusan Pembelian | 9 |
| 1.4 Indikator Keputusan Pembelian | 11 |
| 2. Harga..... | 12 |
| 2.1 Pengertian Harga | 12 |
| 2.2 Tujuan Penetapan Harga | 15 |
| 2.3 Indikator Harga | 16 |
| 3. Citra Merek | 16 |
| 3.1 Pengertian Citra Merek | 16 |
| 3.2 Komponen Citra Merek..... | 19 |
| 3.3 Faktor-Faktor Pembentukan Citra Merek | 20 |
| 3.4 Indikator Citra Merek..... | 21 |
| B. Penelitian Terdahulu..... | 22 |
| C. Kerangka Konseptual | 23 |

| | |
|-------------------|----|
| D. Hipotesis..... | 24 |
|-------------------|----|

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|--|----|
| A. Jenis, Lokasi, Waktu Penelitian | 25 |
| B. Populasi dan Sampel Penelitian | 26 |
| C. Definisi Operasional..... | 27 |
| D. Jenis dan Sumber Data | 29 |
| E. Teknik Pengumpulan Data | 30 |
| F. Teknik Analisis Data..... | 30 |
| G. Uji Hipotesis..... | 32 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|----|
| A. Sejarah Singkat Desa Mulioorejo Sunggal | 33 |
| 1. Deskripsi Data Perusahaan..... | 33 |
| 2. Visi dan Misi Desa Mulioorejo Sunggal | 34 |
| B. Struktur Organisasi..... | 35 |
| C. Pembahasan..... | 36 |

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|---------------------|----|
| A. Kesimpulan | 50 |
| B. Saran | 51 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu | 22 |
| Tabel 3.1 : Rincian Waktu Penelitian..... | 26 |
| Tabel 3.2 : Definisi Operasional | 27 |
| Tabel 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 36 |
| Tabel 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 37 |
| Tabel 4.3 : Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian | 38 |
| Tabel 4.4 : Tanggapan Responden Mengenai Harga | 39 |
| Tabel 4.5 : Tanggapan Responden Mengenai Citra Merek..... | 40 |
| Tabel 4.6 : Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian | 42 |
| Tabel 4.7 : Hasil Uji Validitas Variabel Harga | 42 |
| Tabel 4.8 : Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek | 43 |
| Tabel 4.9 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel X_1 , X_2 dan Y | 44 |
| Tabel 4.10 : Hasil Uji t | 45 |
| Tabel 4.12 : Hasil Uji F | 47 |
| Tabel 4.13 : Koefisien Determinasi | 48 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|------------|----------------------------|----|
| Gambar 2.1 | : Kerangka Konseptual..... | 23 |
| Gambar 4.1 | : Struktur Organisasi..... | 35 |



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis bagi suatu perusahaan, dimana dengan adanya era globalisasi akan dapat memperluas pasar produknya dan disisi lain keadaan tersebut akan memunculkan persaingan yang semakin ketat dalam industri produk rumah tangga atau produk personal. Oleh karena itu, pemasar harus pandai menghadapi persaingan, pengembangan usaha dan untuk mendapatkan laba sehingga perusahaan dapat mengembangkan produknya, menetapkan harga, menjaga citra merek dan mendistribusikan produk dengan efektif sehingga dapat mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian. Persaingan pada jenis sabun pencuci piring cair cukup tinggi sehingga dibutuhkan suatu strategi untuk meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi produk yang ditawarkan. Sabun Sunlight cair dipasarkan dengan harga kompetitif yaitu terjangkau namun juga tidak terkesan murahan. Harga merupakan salah satu bahan pertimbangan yang penting bagi konsumen untuk membeli produk pada suatu perusahaan.

Menurut Schiffman, Kanuk (2004:547), keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan untuk membeli dapat mengarah pada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan.

Menurut Kotler dan Amstrong (2004), keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah harga, karena apabila harga yang diberikan tidak sesuai dengan kualitas produk maka akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk yang diinginkannya, konsumen. Menurut Tjiptono (2005), citra merek adalah keyakinan konsumen terhadap merek apabila keyakinan konsumen positif atau negatif akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan menurut William J. Stanton (2008) citra merek mempunyai peran didalam keputusan pembelian karena konsumen melakukan keputusan pembelian selalu menentukan salah satu merek yang telah melekat di benak mereka.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor keputusan pembelian di pengaruhi oleh harga dan citra merek.

Setelah peneliti melakukan riset di Desa Mulioorejo Sunggal, maka peneliu menemukan masalah yang berhubungan dengan keputusan pembelian. Adapun masalah yang ditemukan adalah harga, sunlight lebih mahal dibandingkan dengan merek lain sehingga mempengaruhi konsumen melakukan keputusan pembelian. Sedangkan masalah yang terdapat pada citra merek itu sendiri yaitu mengenai persepsi konsumen terhadap produk sabun pencuci piring yang sudah negatif, hal ini di sebabkan karena sabun sunlight tidak dapat mengikuti perkembangan pasar. Sedangkan persepsi konsumen terhadap harga sabun sunlight sendiri cukup mahal dan tidak sesuai akan fitur-litur yang di berikan. Tidak hanya itu saja, persepsi konsumen pada kemasan sabun sunlight juga kurang modren dan tidak bisa mengikuti perkembangan zaman, sehingga sunlight haruslah mempertimbangkan harga dan citra merek untuk dapat meningkatkan keputusan pembeliannya, karena

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Adam (2011), *Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba di Universitas Gunadarma Depok*.Jurnal.
- Eka Ratri, Lutiary (2007), *Hubungan antara Citra Merek Operator Seluler dengan Loyalitas Konsumen pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Diponegoro Semarang*. Jurnal.
- Ginting paham, dan Situmorang Helmi. 2008, *Filsafat dan Metode Riset*, Medan USU Press.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty : How To Earn It, How To Keep It*. Yahya, Hasan Ali, 2008. *Marketing*. Cetakan Pertama. Penerbit : MedPress, Yogyakarta Jilid. Indeks-Prentice Hall. Jakarta.
- Kotler Philip, dan Kevin Lane Keller, 2008, *Manajemen Pemasaran*, Terjemahan Hendra Teguh. Edisi Ketigabelas. Jilid Satu dan Dua. Penerbit : Prenhalindo, Jakarta
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*.
- Maehfoedz, Mahmud. 2005, *Pengantar Pemasaran Modern*, Cetakan Pertama. Penerbit :Kotler. Philip, 2005, *Manajemen Pemasaran jilid 1*, edisi kesebelas, Indeks, Jakarta.
- Nugroho, Eko Satria. 2010. *Pengaruh kesadaran merek, kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen laptop Acer*. Skripsi. Malang: Universitas Brawijaya.
- Rangkuti Freddy, 2009, *Strategi Promosi yang Kreatif*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Penerbit: Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sitinjak, Toni dan Tumpal. JRS (2006). Pengaruh Citra Merek dan Sikap Merek terhadap Ekuitas Merek. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*. Vol. 12 No.2 Juni 2005.

Sugiono, 2006, *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2011. *Seri Manajemen Merek 01 – Manajemen & Strategi UPP*

AMP YKPN. Yogyakarta *Merek*. Penerbit ANDI. Yogyakarta



DAFTAR KUESIONER

Responden yang terhormat,

Saya Putri Susanti Aritonang, mahasiswi Universitas Medan Area Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen, dengan ini mengharapkan kesediaan Saudara/Saudari untuk mengisi kuesioner ini, yang saya perlukan guna membantu penelitian saya tentang "Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Membeli Produk Sabun Merek Sunlight di Desa Mulioarjo Sunggal", pada program Sarjana Ekonomi Universitas Medan Area.

Atas waktu yang difuangkan saya ucapkan terima kasih.

A. Identitas Responden

1. Nama : _____
2. Jenis Kelamin : _____
3. Umur : _____

B. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda cek list (✓) untuk mengisi jawaban anda pada kolom jawaban yang telah tersedia.

KETERANGAN

| | | |
|-----|-----------------------|-----------------|
| SS | : Sangat Setuju | : Diberi skor 5 |
| S | : Setuju | : Diberi skor 4 |
| KS | : Kurang Setuju | : Diberi skor 3 |
| TS | : Tidak Setuju | : Diberi skor 2 |
| STS | : Sangat Tidak Setuju | : Diberi skor 1 |

Variabel-Variabel Penelitian

Pertanyaan

A. Harga (X1)

| No | Pertanyaan | SS | S | KS | TS | STS |
|----|--|----|---|----|----|-----|
| 1 | Harga sabun yang saya miliki sekarang sangat terjangkau. | | | | | |
| 2 | Harga sabun yang saya miliki sesuai dengan kualitasnya. | | | | | |
| 3 | Harga setiap produk bervariasi. | | | | | |
| 4 | Harga sabun sesuai dengan manfaat yang didapat | | | | | |
| 5 | Harga cukup bersaing dengan produk lain. | | | | | |

B. Citra Merek (X2)

| No | Pertanyaan | SS | S | KS | TS | STS |
|----|--|----|---|----|----|-----|
| 1 | Menurut saya merek Sunlight mudah untuk diingat. | | | | | |
| 2 | Sunlight memiliki symbol yang menarik | | | | | |
| 3 | Kemasan yang dimiliki Sunlight dapat mempertebankan citra merek itu sendiri. | | | | | |
| 4 | Menurut saya produk dari Sunlight memiliki bahan yang bagus. | | | | | |
| 5 | Sunlight memiliki fitur dan spesifikasi yang menarik dibandingkan merek-merek lainnya. | | | | | |

C. Keputusan Pembelian (Y)

| No | Pertanyaan | SS | S | KS | TS | STS |
|----|--|----|---|----|----|-----|
| 1 | Saya memilih Merek Sunlight karena sesuai dengan kebutuhan saya. | | | | | |
| 2 | Saya memilih Sunlight karena kualitas produknya bagus. | | | | | |
| 3 | Ketika melakukan pembelian, saya merasa yakin tentang produk yang saya beli. | | | | | |
| 4 | Membeli Sunlight adalah keputusan yang tepat. | | | | | |

TERIMA KASIH ATAS PERHATIAN ANDA