

**Pengaruh *Brand Endorser*, Harga Produk, dan Desain Produk Terhadap
Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Minyak Angin
FreshCare Versi Agnes Monica (Studi Kasus Pada Konsumen Alfamart
di Jl. Soekarno-Hatta Km 32 Harjosari Bawen)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Kesarjanaan

Strata Satu (S1) Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata



DISUSUN OLEH :

NOVITA KURNIAWATI SUNARDI

11.30.0146

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2015**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**Pengaruh *Brand Endorser*, Harga Produk, dan Desain Produk Terhadap
Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Minyak Angin *FreshCare***

Versi Agnes Monica (Studi Kasus Pada Konsumen Alfamart

di Jl. Soekarno-Hatta Km 32 Harjosari Bawen)

Disusun oleh :

Nama : Novita Kurniawati Sunardi

NIM : 11.30.0146

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Telah diterima dan disetujui :

Semarang, 29 September 2015

Pembimbing

(Sentot Suciarto A., Ph.D.)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**Pengaruh *Brand Endorser*, Harga Produk, dan Desain Produk Terhadap
Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Minyak Angin *FreshCare***

Versi Agnes Monica (Studi Kasus Pada Konsumen Alfamart

di Jl. Soekarno-Hatta Km 32 Harjosari Bawen)

Disusun oleh :

Nama : Novita Kurniawati Sunardi

NIM : 11.30.0146

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Telah dipertahankan di hadapan Tim penguji pada Selasa, 22 September 2015.

Tim Penguji

Koordinator

Anggota

Anggota

(Drs. R. Bowo H., MBA)(M. Widyanto, SE.MM)(Sentot Suciarto A., Ph.D.)

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata

(Sentot Suciarto A., Ph.D.)

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Novita Kurniawati Sunardi

NIM : 11.30.0146

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi data atau bentuk-bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi dalam bentuk apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata.

Semarang, 29 September 2015

(Novita Kurniawati Sunardi)

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Learn from the past, live for today and plan for tomorrow”

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Orang Tua yang tercinta Bapak Sunardi, Ibu Tutik Setyowatiningsih, dan Bapak Taryono.
2. Kekasih saya Widya Yuli Prasetyo.
3. Teman-teman saya, Bobby Satrio, Muhammad Alif, Body Prakoso, Joshua Gerald, Gecha Anom dan teman-teman yang yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu.
4. Sahabat-sahabat saya Dini Asfina, D. R. Anggriyani, dan Selly Aprilia yang tersayang.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobil'amin, penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **“Pengaruh *Brand Endorser*, Harga Produk, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Minyak Angin *FreshCare* Versi Agnes Monica(Studi Kasus Pada Konsumen Alfamart di Jl. Soekarno-Hatta Km 32 Harjosari Bawen)”**. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana S-1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Katolik Soegijapranata.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis mendapat banyak bantuan dari orang-orang di sekitar penulis yang membantu, memotivasi, membimbing, memberi dukungan dan doa dari berbagai pihak maka skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Maka pada kesempatan ini pulalah penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini khususnya kepada:

1. Bapak Sentot Suciarto A., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang dan juga selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membantu, membimbing, memberi semangat dan memberikan saran kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini hingga dapat tersusun secara baik.

2. Tim penguji Bapak Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA dan Bapak Widyanto,SE.MM, serta Bapak Sentot Suciarto A., Ph.D., yang telah membantu pada saat proses ujian maupun bimbingan skripsi.
3. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata, yang telah mendidik dan membekali banyak ilmu kepada peneliti selama perkuliahan ini.
4. Orang Tua saya Bapak Sunardi yang selama ini telah berjuang demi saya, mensupport saya, mendoakan saya sampai ke pulau seberang dan jauh dari saya, Ibu Tutik Setyowatiningsih dan Bapak Taryono yang selama ini merawat saya dan mendoakan saya dan keluarga yang selalu memberikan dukungan penuh melalui doa, semangat dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kekasih saya Widya Yuli Prasetyo yang selalu mendampingi, membantu, mendoakan, memotivasi, memberi dorongan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Sahabat seperjuangan Muhammad Alif Y.P, Bobby Satrio A. N dan Body Prakoso yang selama ini saling membantu, memberi saran dan menyemangati dalam pembuatan skripsi ini.
7. Sabahat-sahabat saya Dini Asfina, D. R. Anggriyani, Selly Aprilia yang selalu memberi dukungan dalam proses pembuatan skripsi ini.
8. Teman-teman penulis Joshua Gerald, Gecha Anom dan teman-teman yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang telah memberi semangat, memotivasi, doa dan bantuan selama pembuatan skripsi.

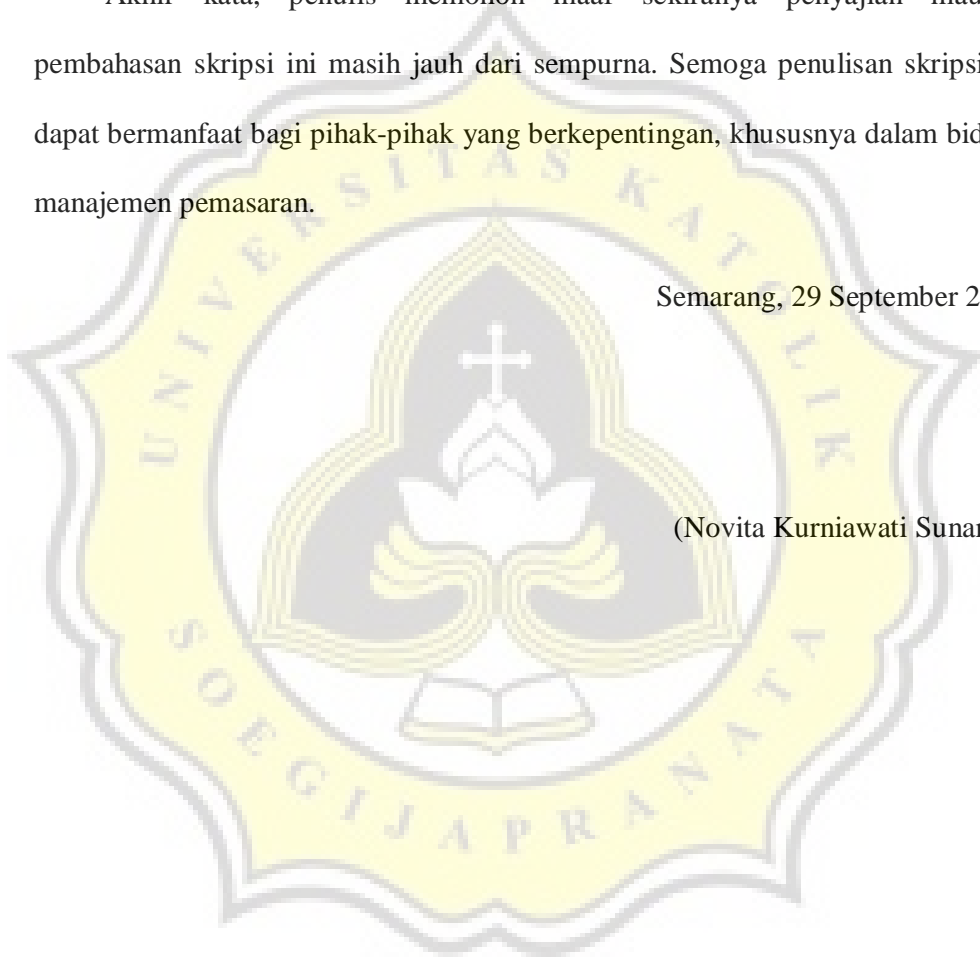
9. Seluruh responden yang berkenan membantu penulis dengan berpartisipasi dalam proses pengisian kuesioner dalam keperluan penelitian.

10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu hingga tersusunnya skripsi ini.

Akhir kata, penulis memohon maaf sekiranya penyajian maupun pembahasan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

Semarang, 29 September 2015

(Novita Kurniawati Sunardi)



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *brand endorser*, harga produk, dan desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 40 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *Brand Endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) Harga Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) Desain Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara bersama-sama ketiga variabel tersebut berpengaruh secara signifikan. Koefisien determinasi sebesar 56%.

Kata kunci: *Brand Endorser*, Harga Produk, Desain Produk, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This research is purposed to verify brand endorser effect, price of product, and design of product to consumer purchasing decision. This research uses prime data from questionnaire. Sample of this research is forty respondents. Result of this research shows that (1) Brand endorser has positif effect and signify to consumer purchasing decision, (2) Price of product has positif effect and signify to consumer purchasing decision, (3) Design of product has positif effect and signify to consumer purchasing product. The three variables have big significant effect. The coeffiecients of determination is 56%.

Keywords: Brand Endorser, Product Price, Product Design, Purchasing Decision.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang	1
I.2. Perumusan Masalah	8
I.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
I.4. Sistematika Penulisan	9
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. <i>Brand Endorser</i>	11
2.2. Harga Produk	12
2.3. Desain Produk	16
2.4. Keputusan Pembelian.....	18
2.5. Kerangka Pikir	20
2.6. Hipotesis Penelitian	20
2.7. Definisi Operasional	21
BAB III. METODE PENELITIAN	24
3.1. Obyek dan Lokasi Penelitian	24
3.2. Populasi dan Sampel	24
3.2.1. Populasi Penelitian	24
3.2.2. Sampel Penelitian	24

3.3. Metode Pengumpulan Data	25
3.3.1. Jenis dan Skala Pengukuran Data	25
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data	25
3.3.3. Uji Validitas dan Reliabilitas	27
3.3.3.1. Uji Validitas	27
3.3.3.2. Uji Reliabilitas	28
3.4. Analisis Data	29
3.4.1. Regresi Linier Berganda	29
3.4.2. Pengujian Hipotesis	30
BAB IV. HASIL PENELITIAN	32
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	32
4.2. Gambaran Umum Responden	32
4.3. Analisis Tabel Silang	35
4.3.1. Analisis Tabel Silang Jenis Kelamin Responden dan Usia Responden	35
4.3.2. Analisis Tabel Silang Jenis Kelamin Responden dan Pekerjaan Responden	35
4.3.3. Analisis Tabel Silang Usia Responden dan Pekerjaan Responden..	36
4.4. Gambaran Tanggapan Responden	38
4.4.1. Variabel <i>Brand Endorser</i>	38
4.4.2. Variabel Harga Produk	40
4.4.3. Variabel Desain Produk	42
4.4.4. Variabel Keputusan Pembelian.....	42
4.5. Pengujian Hipotesis	45
4.5.1. Uji t	46
4.5.2. Uji F	48
BAB V PENUTUP	50
5.1. Kesimpulan	50
5.2. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	55

DAFTAR TABEL

1.1. Tabel <i>Top Brand Index</i> Minyak Angin Aromatherapy	5
2.1. Tabel Definisi Operasional.....	22
3.1. Tabel Range Skala	27
3.2. Tabel Hasil Uji Validitas	28
3.3. Tabel Hasil Uji Reliabilitas	29
4.1. Tabel Jenis Kelamin Responden	33
4.2. Tabel Usia Responden	33
4.3. Tabel Pekerjaan Responden	34
4.4. Tabel Tabulasi Silang Jenis Kelamin Responden dan Usia Responden	35
4.5. Tabel Tabulasi Silang Jenis Kelamin Responden dan Pekerjaan Responden	36
4.6. Tabel Tabulasi Silang Usia Responden dan Pekerjaan Responden	37
4.7. Tabel Variabel <i>BrandEndorser</i>	38
4.8. Tabel Variabel Harga Produk	40
4.9. Tabel Variabel Desain Produk	41
4.10. Tabel Variabel Keputusan Pembelian.....	43
4.11. Tabel Koefisien Regresi	45
4.12. Tabel Uji t	46
4.13. Tabel Uji F	48

DAFTAR GAMBAR

1.1. Gambar Produk <i>FreshCare</i>	4
2.1. Gambar Kerangka Pikir.....	20



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	55
Lampiran 1	Kuesioner	56
Lampiran 2	Data Responden	60
Lampiran 3	Hasil Olah data melalui SPSS	64

