

**ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE DAN PRODUCT FEATURES  
TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK PEMUTIHH “POND’S”  
PADA MAHASISWI DI YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**Nama : Ana Maulina  
Nomor Mahasiswa : 00 311 440  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Pemasaran**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA**

**2004**

**ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE DAN PRODUCT FEATURES  
TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK PEMUTIHH “POND’S”  
PADA MAHASISWI DI YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna  
memperoleh gelar Sarjana Strata-I di Program Studi Manajemen,  
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



Oleh:

Nama : Ana Maulina  
Nomor Mahasiswa : 00 311 440  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA**

**2004**

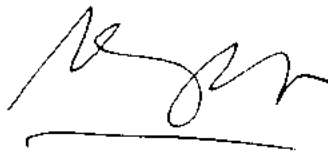
**ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE DAN PRODUCT FEATURES  
TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK PEMUTIH POND'S  
PADA MAHASISWI DI YOGYAKARTA**

Nama : Ana Maulina  
Nomor Mahasiswa : 00311440  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 10 Mei 2004

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing



Drs.H.Muslich.M.M

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

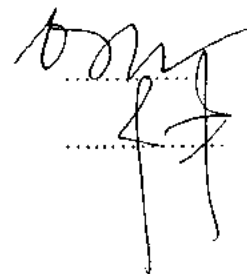
ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE DAN PRODUCT FEATURES TERHADAP  
KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK PEMUTH "POND'S" PADA MAHASISWI DI  
YOGYAKARTA

Disusun Oleh: ANA MAULINA  
Nomor mahasiswa: 00311440

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan LULUS  
Pada tanggal : 10 Juni 2004


Penguji/Pemb. Skripsi : DRS. MUSLICH, MM

Penguji : DRA. TRIAS SETIAWATI, M.SI



Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia



  
Suwarsono, MA

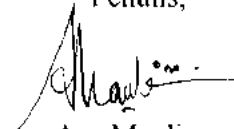
## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi.

Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, Mei 2004

Penulis,



Ana Maulina

## ***ABSTRACT***

Perilaku konsumen adalah hal yang kompleks. Penelitian yang berjudul Analisis Pengaruh *Brand Image* dan *Product Features* terhadap Keputusan Membeli produk pemutih Pond's pada mahasiswi di Yogyakarta ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh *brand image* dan *product features* terhadap keputusan pembelian produk pemutih Pond's pada mahasiswi di Yogyakarta serta komponen apa yang paling kuat mempengaruhi keputusan pembelian pada produk yang bersangkutan.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa secara bersamaan komponen *brand image* dan *product features* mempunyai pengaruh yang positif sebesar 46,3%. Sedangkan komponen *brand image* mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 48,4% yang berarti lebih kuat bila dibandingkan dengan komponen *product features* sebesar 13,8%.

*Brand Image, Product Features* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

## MOTTO

- *Ketika kumohon pada Allah kekuatan,  
Allah memberikan kesulitan agar aku menjadi kuat.  
Ketika kumohon kepada Allah kebijaksanaan,  
Allah memberiku masalah untuk kupecahkan.  
Ketika kumohon kepada Allah kesejahteraan,  
Allah memberiku akal untuk berfikir.  
Ketika kumohon pada Allah keberanian,  
Allah memberiku kondisi bahaya untuk kuatasi.  
Ketika kumohon pada Allah sebuah cinta,  
Allah memberiku orang-orang bermasalah untuk kutolong.  
Ketika kumohon kepada Allah bantuan,  
Allah memberiku kesempatan.  
Aku tak pernah menerima apa yang kupinta,  
Tapi aku menerima segala yang kubutuhkan.  
Doa'ku terjawab sudah.  
"(HISTORY OF PRAYER)"*

- *Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan*  
*"(QS. Alam Nasrah : 5)"*
- *Sukses adalah hasil kesempurnaan, kerja keras,*  
*belajar dari kegagalan, kesetiaan dan ketekunan*  
*"(Collin Powell)"*



## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Kupersembahkan buah karya nan sederhana ini... kepada*

*Kedua Orangtuaku Tercinta,*

*Ayahanda Mauludin Sabirin, SH*

*Ibunda Karina*

*Kakakku Winda Ruliana, S.psi dan*

*Adikku M. Nur. Iman*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah....., terima kasih Ya Allah telah Kau anugrahkan kepadaku, sebuah proses mengenal kehidupan . Atas limpahan kekuatan dari-Mulah, sebuah karya sederhana ini dapat penulis selesaikan dengan segala keterbatasan. Begitu banyak pelajaran yang dapat penulis petik, mulai dari penyusunan hingga akhirnya karya kecil dalam bentuk skripsi ini dapat "lahir" mengiringi langkah penulis untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada jenjang strata-I.

Dalam proses penyusunan inilah, banyak hal yang membuat penulis belajar memandang setiap masalah dari dua sisi kehidupan. Seringkali cobaan yang datang menyurutkan langkah penulis untuk terus maju, tapi timbul sebuah keyakinan penulis bahwa Tuhan tidak akan memberi cobaan diluar kekuatan hamba-nya. Penulis sadar bahwa yang terpenting saat ini bukanlah berapa banyak yang bisa kamu capai, tapi berapa banyak pelajaran yang kamu ambil dari proses pencapaian itu.

Doa, dukungan serta rasa kasih dari berbagai pihak sangat membantu penulis dalam penyusunan karya ini. Teruntai rasa terima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Drs. Suwarsono Muhammad, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Drs. Muslich, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan sabar dan arif memberi pengarahan kepada penulis.

3. Ibu Dra. Budi Astuti, M.Si yang telah memberi petunjuk dan arahan yang berarti bagi penulis dalam menjawab keragu-raguan yang ada.
4. Kedua orang tuaku tercinta, Ayahanda Mauludin Sabirin,SH dan Ibunda Karina yang selalu mengiringi dengan do'a, cinta kasih dan segalanya yang tak terbalaskan.
5. Kakakku Winda Ruliana S.psi , psikolog pribadiku yang selalu siap mendengar segala keluh kesah dan sayangnya padaku , Q-noey (M.Nur Iman) yang cool, kuslalu merindukkanmu.
6. Pak Ude dan Mak Ude atas perhatiannya saat penulis dirantau serta kak Dhita, makasih tuk nasehatnya dan Resti.
7. Teletubis-Ku, Rina yang memberi motivasi nan berarti, Sri, aku salut akan kesabaranmu dan Ika perbedaan membuat kita bisa saling menghargai.... Aku merasa bangga telah mengenal kalian.
8. Teman-teman kost putri '88, mbak Yuyun atas petuah bijaknya, Pinda&Siska thank's printernya..."kept smile and peace", Ery tetangga baekku, mbak dewi, Haris, mbak Titik yang sudah tereliminasi, Bunga yang bantuin ngedit, Lina dan cipluk yang lucu.
9. Teman-teman seperjuangan. Suzzie semoga angan-angan kita terwujud, Dian-Klaten & Vero yang sudah bantu-bantu nyebarin angket, Darwis&Samsul teknisi komputerku...virusnya udah hilang koq!!!
10. Kak Awik yang mau mengerti Aku, kak Emi& kak Elen kenangan manis bersama kalian, Kak Uji ..saat OspekKu.

11. Para penghuni Aspuri Kalbar atas dukungannya, Bogel-BGK persahabatan tak ada matinya, Yulic-BGK ,Dwi ' ...hidup cuma satukali... Nikmati !
12. Yogyakarta yang tiada akhir serta semua pihak yang menjadi sumber inspirasiku.

Semoga karya sederhana ini dapat memberikan kontibusi yang berarti bagi kemajuan bersama, penulis sangat terbuka akan segala kritikan dan saran guna kesempurnaan dimasa yang akan datang.

Yogyakarta, April 2004

Penulis

Ana Maulina

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Berita Acara Ujian Skripsi .....	iii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	iv
Abstract.....	v
Motto .....	vi
Halaman Persembahan .....	viii
Kata Pengantar .....	ix
Daftar Isi .....	xii
Daftar Tabel .....	xvi
Daftar Gambar .....	xvii
Daftar lampiran.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1.Latar Belakang .....	1
1.2.Perumusan Masalah .....	5
1.3.Batasan Masalah .....	5
1.4.Batasan Operasional .....	6
1.5.Tujuan Penelitian .....	10
1.6.Manfaat Penelitian .....	10

BAB II	KAJIAN PUSTAKA .....	12
2.1.	Pendahuluan .....	12
2.2.	Redefinisi Pemasaran .....	16
2.2.1	Nilai Pemasaran ( <i>Brand</i> , <i>Servis</i> , dan <i>Proses</i> ) .....	18
2.3.	Kekuatan Merek.....	20
2.4.	Fokus Pada Pelanggan .....	22
2.4.1	Konsep Mengenai Pelanggan .....	22
2.4.2.	Nilai Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan .....	23
2.4.3	Kepuasan dan Profitabilitas .....	27
2.5.	Hakekat Produk Perusahaan .....	28
2.6.	Proses Keputusan Pembelian .....	30
2.7.	Hasil Penelitian Terdahulu .....	36
2.8.	Kerangka Berfikir Penelitian .....	36
BAB III	METODE PENELITIAN .....	39
3.1.	Gambaran Umum Perusahaan Unilever .....	39
3.2.	Gambaran Umum Produk .....	40
3.3.	Metode Penelitian .....	42
3.3.1.	Variabel Penelitian .....	42
3.3.2.	Data yang Diperlukan .....	44
3.3.3.	Cara Pengumpulan Data .....	45
3.3.4.	Metode Analisis Data .....	49
BAB IV	HASIL ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....	54
4.1.	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	54

4.1.1. Uji Validitas Angket Pernyataan Variabel <i>Brand Image</i> .	55
4.1.2. Uji Validitas Angket Pernyataan Variabel <i>Product Features</i> .....	57
4.1.3. Uji Validitas Angket Pernyataan Variabel Keputusan Pembelian .....	58
4.1.4. Uji Reliabilitas Angket Pernyataan Variabel <i>Brand Image</i> .....	59
4.1.5. Uji Reliabilitas Angket Pernyataan Variabel <i>Product Features</i> .....	59
4.1.6. Uji Reliabilitas Angket Pernyataan Variabel Keputusan Pembelian .....	59
4.2. Analisis Hasil Estimasi .....	60
4.2.1. Statistik Deskriptif .....	60
4.2.2. Analisis Regresi Berganda .....	62
4.2.3. Uji Signifikansi Koefisien Regresi dengan Uji t-statistik	64
4.2.4. Implementasi dari Hasil Analisis Regresi .....	66
4.2.5. Analisis Koefisien Determinasi Berganda .....	68
4.2.6. Uji Koefisien Determinasi Berganda dengan Uji F-statistik .....	69
4.2.7. Analisis Koefisien Determinasi Parsial .....	70
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....	72
5.1. Kesimpulan .....	72
5.2. Rekomendasi .....	73

DAFTAR PUSTAKA .....	74
LAMPIRAN .....	76



## DAFTAR TABEL

Tabel IV.1	Rangkuman Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> .....	56
Tabel IV.2	Rangkuman Hasil Uji Validitas Variabel <i>Product Features</i> .....	57
Tabel IV.3	Rangkuman Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	58
Tabel IV.4	Statistik Deskriptif.....	61
Tabel IV.5	Hasil Regresi Pengaruh <i>Brand Image</i> dan <i>Product Features</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	62

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Prilaku Pembeli.....	14
Gambar 2.2 Faktor Yang mempengaruhi Perilaku Pembelian.....	14
Gambar 2.3 Rantai Kepuasan Konsumen.....	26
Gambar 2.4 Tiga Tingkatan Produk.....	30
Gambar 2.5 Empat Jenis Perilaku Pembelian.....	31
Gambar 2.6 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	33

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Angket .....	76
Lampiran II Data Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	83
Lampiran III Hasil Uji Validitas .....	87
Lampiran IV Hasil Uji Reliabilitas .....	93
Lampiran V Data Primer .....	97
Lampiran VI Hasil Olah Data .....	106
Lampiran VII Tabel-t dan Tabel-F .....	112
Lampiran VIII Data ICOSA 2002 .....	115