

**PENGARUH HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK PEPSODENT STUDI KASUS
MAHASISWA UIN IMAM BONJOL PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Sebagai Salah Satu
Syarat dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
pada Prodi Ekonomi Syari'ah*



**RENDY SAPUTRA
1313060574**
**UIN IMAM BONJOL
PADANG**
PRODI EKONOMI SYARI'AH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
IMAM BONJOL PADANG
1439 H/ 2018 M**

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Pepsodent pada Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang”. Disusun oleh Rendy Saputra, NIM 1313060574, Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang tahun 2018.

Pepsodent merupakan salah satu produk olahan dari perusahaan ternama yaitu Unilever Indonesia Tbk. Semakin ketatnya persaingan antarproduk sejenis yang selalu melakukan inovasi terhadap produknya agar laku dipasaran. Hal ini diharapkan pada perusahaan untuk selalu memperhatikan keinginan dan kebutuhan konsumen agar konsumen senantiasa membeli produk yang dimilikinya.

Penelitian ini merupakan penelitian assosiatif kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian sebanyak 87 responden dengan teknik pengambilan sampel yaitu *Insidental Sampling* yaitu menemukan sampel dengan kebetulan yaitu mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang yang menggunakan produk pasta gigi Pepsodent.

Metode pengumpulan data menggunakan angket dan dokumentasi. Uji coba menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji Normalitas, uji Multikolinieritas dan uji Heterokedastisitas. Pengujian kelayakan model menggunakan uji t yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen bersamaan-sama-sama terhadap variabel dependen secara signifikan simultan. Sedangkan analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang bertujuan untuk peramalan. Dengan tingkat signifikansi analisis ditentukan sebesar 5%.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap keputusan pembelian produk Pepsodent, yang ditunjukkan dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($t_{hit} 2,498 > t_{tabel} 1,66320$) dan nilai signifikan kurang dari 0,05 ($0,014 < 0,05$), terdapat pengaruh positif dan signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Pepsodent, ditunjukkan dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($t_{hit} 4,472 > t_{tabel} 1,66320$) dan nilai signifikan kurang dari 0,05 ($0,004 < 0,05$). Berdasarkan hasil uji f dapat disimpulkan harga dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Pepsodent pada mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang, yang ditunjukkan dengan nilai f hitung lebih besar dari f tabel ($f_{hit} 34,865 > f_{tabel} 3,11$) dan nilai signifikan kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).

Uji determinasi (R^2) sebesar 0,454. Ini berarti 45,4% keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga dan citra merek, sedangkan 54,6% lainnya di pengaruhi oleh variabel yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata kunci: Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian

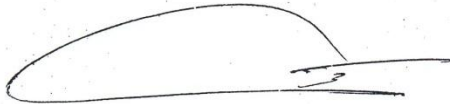
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Pepsodent (Studi Kasus Mahasiswa UIN Imam Bonjol padang)” yang disusun oleh Rendy Saputra, NIM: 1313060574 telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat diajukan ke sidang munaqasyah.

Demikian persetujuan pembimbing ini diberikan agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Padang, 14 Agustus 2018

Pembimbing 1



H. Ahmad Wira, M.Ag, M.Si, Ph.D
NIP: 19711201199603 1 002

Pembimbing 2



Alfi Syukri Rama, SE, MM
NIP: 19750929200003 1 005