

**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN PEMBERSIH WAJAH POND'S**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia Kampus A)**

**SKRIPSI**

**Program Studi : Manajemen**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**JAKARTA**

**2020**

**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN PEMBERSIH WAJAH POND'S**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia Kampus A)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar**

**SARJANA EKONOMI**

**Program Studi Manajemen-Strata 1**



**Oleh :**

**NAMA : Rica Ameliah**

**NIM : 041601503125053**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**JAKARTA**

**2020**

**THE EFFECT OF PRICE, BRAND IMAGE AND PROMOTION ON THE  
DECISION TO PURCHASE POND'S FACIAL CLEANSING SOAP**

**(Case Study on Students at Satya Negara Indonesia University Campus A)**

**THESIS**

**The Study Program : Management**



**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS**

**SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY**

**JAKARTA**

**2020**

**THE EFFECT OF PRICE, BRAND IMAGE AND PROMOTION ON THE  
DECISION TO PURCHASE POND'S FACIAL CLEANSING SOAP**

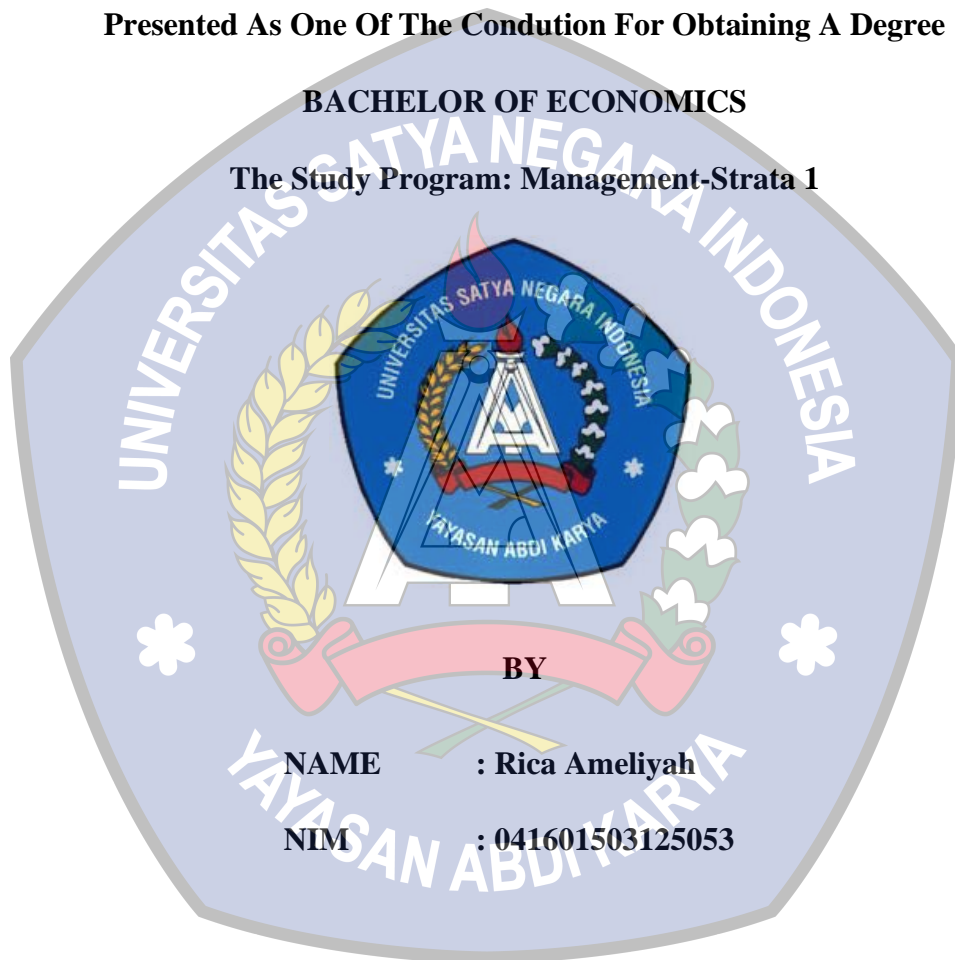
**(Case Study on Students at Satya Negara Indonesia University Campus A)**

**THESIS**

**Presented As One Of The Condition For Obtaining A Degree**

**BACHELOR OF ECONOMICS**

**The Study Program: Management-Strata 1**



**NAME : Rica Ameliah**

**NIM : 041601503125053**

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS**

**SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY**

**JAKARTA**

**2020**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rica Ameliyah

NIM : 041601503125053

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri dan seluruh isi skripsi menjadi tanggung jawab saya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan)

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, Maret 2020



(Rica Ameliyah)

041601503125053

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Rica Ameliyah

NIM : 041601503125053

JURUSAN : Manajemen

KONSENTRASI : Pemasaran

JUDUL SKRIPSI : “ Pengaruh Harga, Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Pembersih Wajah Pond’s (Studi Kasus Pada Universitas Satya Negara Indonesia Kampus A).”

TANGGAL UJIAN : 12 Agustus 2020

Jakarta, 03 Agustus 2020

Dosen Pembimbing II

Dosen Pembimbing I

(Dr. Subagiyo, SE., MM)

(Lucy Nancy Simatupang, SE., MM)

Dekan

(GL. Hery Prasetya, SE., MM)

Ketua Jurusan

(Yuslinda Nasution, SE., MM)

**LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI**

PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN PEMBERSIH WAJAH POND'S  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia Kampus A)

OLEH:

NAMA : Rica Ameliah

NIM : 041601503125053

Telah dipertahankan di depan Penguji pada tanggal 12 Agustus 2020 dan  
dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Ketua Penguji/Pembimbing I

(Lucy Nancy Simatupang, SE., MM)

Anggota Penguji

(Agus Wahyono, SE., MM)

Anggota Penguji

(Dr. Arifin Siagian, SE., MM)

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN PEMBERSIH WAJAH POND’S (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia Kampus A)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia.

Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan baik secara moril maupun materil sehingga skripsi ini dapat selesai. Selain itu juga penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Dra. Merry L. Panjaitan, MM., MBA, selaku Rektor Universitas Satya Negara Indonesia.
3. GL. Herry Prasetya, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia.
4. Yuslinda Nasution, SE, MM, selaku Kajur Prodi Manajemen Universitas Satya Negara Indonesia.



5. Ibu Lucy Nancy Simatupang, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing Skripsi I dosen terbaik dengan ketulusan hati, perhatian, pengertian dan kesabarannya yang telah membimbing penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Bapak Dr. Subagiyo, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing Skripsi II yang telah memberikan motivasi dan saran dengan kelembutan kepada penulis dalam Menyusun skripsi
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Universitas Satya Negara Indonesia yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis serta seluruh staff yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
8. Bapak Rohmat dan Ibu Aliyah selaku orang tua penulis, terimakasih atas dukungan, doa dan kasih sayang yang tiada henti beliau berikan kepada penulis, sehingga penulis semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Aaku Ria Andriana dan Abangku Aprizal Suhendra, serta seluruh Keluarga Besarku, Terimakasih atas doa, dan dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman seperjuangan, “Hoahoe” (Maharani, Indah Puspita Sari, Retno Putri Karliana dan Pendi Nugroho). Terimakasih telah bersama-sama sampai saat ini, sama-sama berjuang, selalu membantu, memberikan dukungan, dan menghibur satu sama lain. Sekali lagi terimakasih, kalian luar biasa.

11. Temanku, Mutia Pratiwi, Kafi Kamila dan Sintia Mega Elinda, terimakasih telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis walaupun dari kejauhan, I miss u gais.

12. Arie Alamsyah, seseorang yang special bagi penulis, terimakasih telah memberikan dukungan, kasih sayang, doa serta waktu untuk memberikan telinga dan hiburan kepada penulis, sehingga penulis semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

13. Semua teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang bersama memperjuangkan skripsi ini secara bersama-sama yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

14. Mahasiswa/I Jurusan Manajemen Angkatan 2016 Universitas Satya Negara Indonesia yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Dengan ini penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, karena tidak ada yang sempurna didunia ini kecuali Allah SWT. Untuk itu maka penulis dengan senang menerima berbagai masukan, saran dan kritik yang membangun demi efektifitas penulisan untuk masa depan yang akan datang. Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pengembangan ilmu.

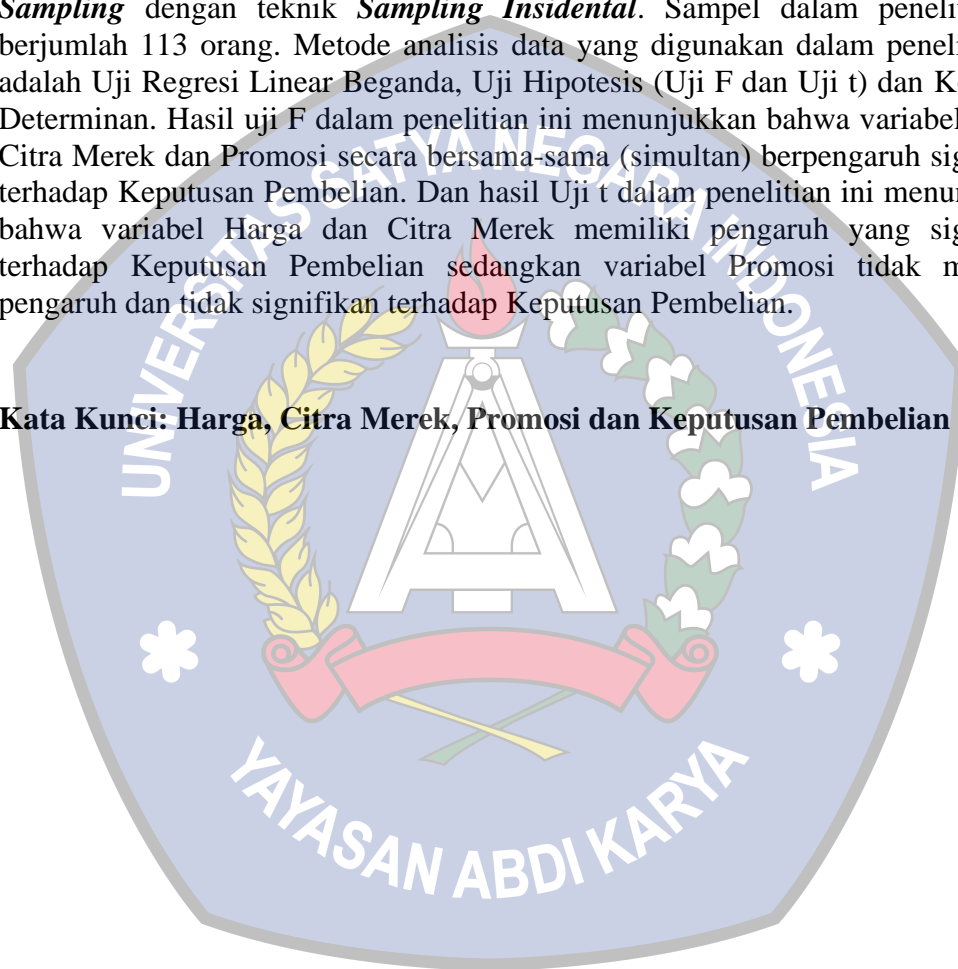
Jakarta, Juli 2020

Penulis

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga (X1), Citra Merek (X2) dan Promosi (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sabun pembersih wajah Pond's. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala ordinal, jawaban dari hasil pernyataan responden berdasarkan skala Likert. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia Kampus A. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Nonprobability Sampling* dengan teknik *Sampling Insidental*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 113 orang. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis (Uji F dan Uji t) dan Koefisien Determinan. Hasil uji F dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Harga, Citra Merek dan Promosi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dan hasil Uji t dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Harga dan Citra Merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian sedangkan variabel Promosi tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci: Harga, Citra Merek, Promosi dan Keputusan Pembelian**



## **ABSTRACT**

*This research aims to determine the effect of Price (X1), Brand Image (X2) and Promotion (X3) on the Purchasing Decision (Y) of Pond's facial cleansing soap. The measurement scale in this study uses an ordinal scale, the answer to the statement of respondents based on a Likert scale. The population in this study was Satya Negara Indonesia University Campus A. Student. The sampling technique used **Nonprobability Sampling** with **incidental sampling** technique. The sample in this study amounted to 113 people. Data analysis methods used in this study were **Multiple Linear Regression Test, Hypothesis Test (F Test and t Test) and Determinant Coefficient**. F test results in this study indicate that the variable Price, Brand Image and Promotion together (simultaneously) significantly influence the Purchasing Decision. And the t-test results in this study indicate that the Price and Brand Image variable has a significant influence on the Purchasing Decision while the Promotion variable has no effect and is not significant on the Purchase Decision.*

**Keywords: Price, Brand Image, Promotion and Purchase Decision**

