

**PENGARUH KUALITAS PRODUK , HARGA, CITRA  
MEREK DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA SHAMPO SUNSILK**

**( studi kasus pada konsumen shampoo Sunsilk diwilayah  
wijaya timur 6 Jakarta selatan)**

**SKRIPSI**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



Diajukan oleh :

Nama : Silviana Alghany

Nim : 041501503125207

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

2020

**PENGARUH KUALITAS PRODUK , HARGA, CITRA  
MEREK DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA SHAMPO SUNSILK**

**( studi kasus pada konsumen shampoo Sunsilk diwilayah  
wijaya timur 6 Jakarta selatan)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh**

**Gelar Sarjana Ekonomi**

**Program Studi Manajemen Strata 1**



Diajukan oleh :

Nama : Silviana Alghany

Nim : 041501503125207

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

2020

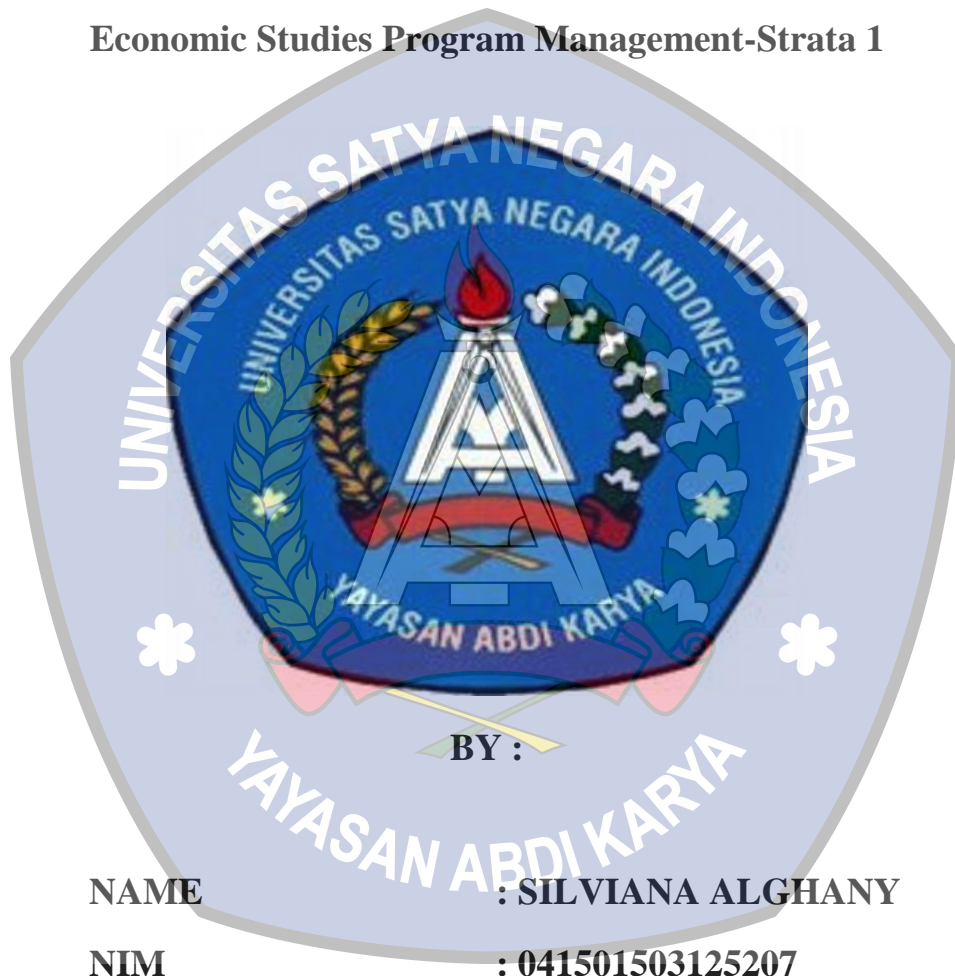
**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, BRAND IMAGE AND  
ADVERTISING ON PURCHASING DECISIONS ON SHAMPO**

**SUNSILK**

**(A case study on consumers of Sunsilk shampoo in the East Wijaya region 6  
South Jakarta)**

**THESIS**

**Economic Studies Program Management-Strata 1**



**NAME : SILVIANA ALGHANY**

**NIM : 041501503125207**

**ECONOMY FACULTY**

**SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY**

**JAKARTA**

**2020**

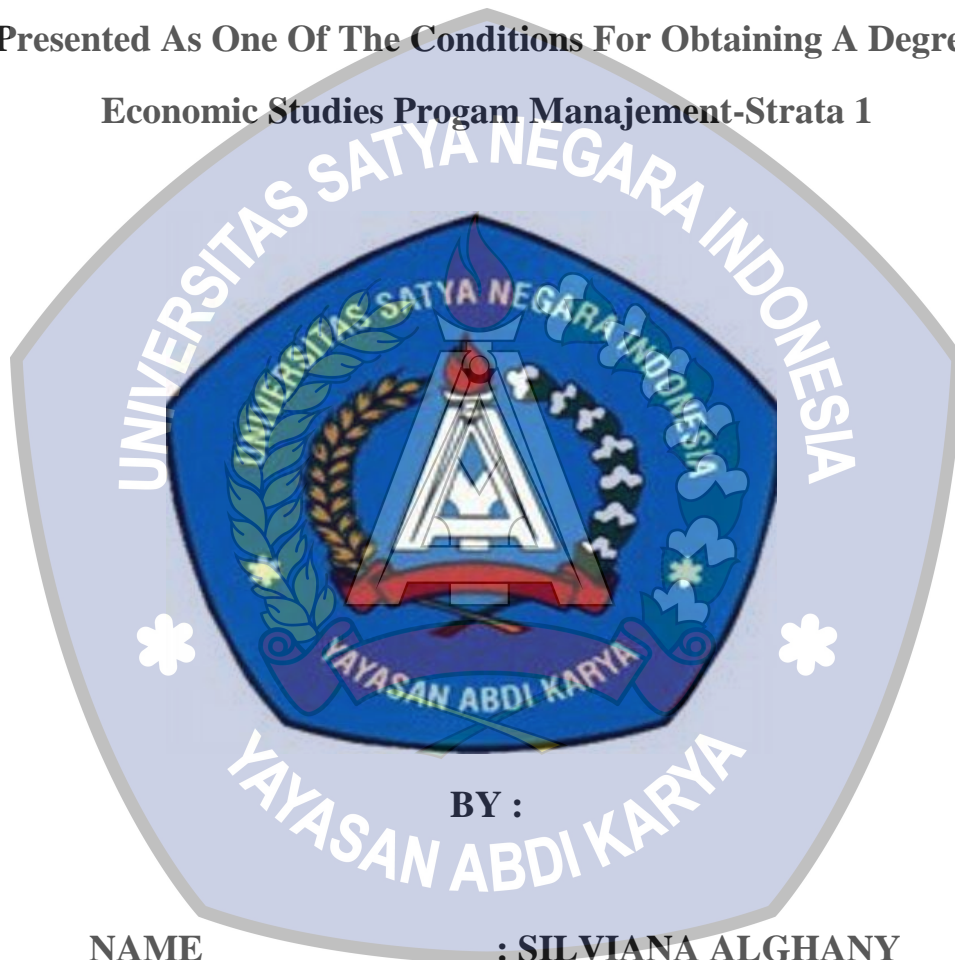
**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, BRAND IMAGE AND  
ADVERTISING ON PURCHASING DECISIONS ON SHAMPO**

**SUNSILK**

**(A case study on consumers of Sunsilk shampoo in the East Wijaya region 6  
South Jakarta)**

**THESIS**

**Presented As One Of The Conditions For Obtaining A Degree  
Economic Studies Progam Manajement-Strata 1**



**BY :**

**NAME : SILVIANA ALGHANY**

**NIM : 041501503125207**

**ECONOMY FACULTY**

**SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY**

**JAKARTA**

**2020**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Iklan keputusan pembelian shampo sunsilk di wilayah wijaya timur 6 jakarta selatan . Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Accidental sampling, populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan produk Shampo Sunsilk dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik sampling menggunakan kriteria khusus, karena responden yang memenuhi syarat adalah yang menggunakan produk Shampo Sunsilk minimal 2 kali. Metode pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan Software SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (uji t) Kualitas Produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian, Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian, Citra merek (X3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian, dan iklan (X4) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian. Secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Citra merek (X3) dan Iklan (X4) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dan kontribusi semua variabel bebas adjusted R square sebesar 96.1% terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan sisanya sebesar 3.9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Kualitas Produk, Harga, Citra merek dan iklan terhadap keputusan pembelian*



## ABSTRACT

*This research aims to know "the influence of product quality, price, brand image and purchasing desions on shampoo sunsilk in the region wijaya timur six south Jakarta. The type of research used is accidental sampling , the population in this research is a consumer who uses Shampoo Sunsilk products and samples in this study amounted to 100 respondents. Sampling techniques use special criteria, because the respondent who meets the conditions is the one that uses the shampoo sunsilk product at least 2 times. Data collection methods use primary data and secondary data. The data analysis methods used in this study are multiple linear regression analyses with the help of Software SPSS 25. Results of the study showed that in a partial (t test) product quality (X1) significant effect on purchasing decisions, the price (X2) significant effect on purchasing decisions,the advertisement (X3) significantly impact the satisfaction of purchasing decisions and brand image (x4) significantly impact the satisfaction of purchasing decisions. Simultaneously (test F) indicates that there is a significant influence between the variable product quality (X1), Price (X2), Advertisement (X3), Brand Image (X4) There is purchasing decisions (Y). And the contributions of all variables are freely adjusted R square by 96,1% against purchasing desicions, while the remainder of 3,9% is influenced by other variables not included in this study.*

**Keywords:** *product quality, price, advertisement, brand image and purchasing decisions*