

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK  
TERHADAP MINAT BELI PRODUK SHAMPO SUNSILK  
PADA MAHASISWI FAKULTAS TEKNIK JURUSAN ILMU  
KESEJAHTERAAN KELUARGA (IKK) PRODI TATA RIAS  
DAN PENDIDIKAN TATA RIAS UNIVERSITAS NEGERI  
JAKARTA**

**NORITA PUTRIANANDA HADITIYA  
8215102977**



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
KONSENTRASI PEMASARAN  
JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2014**

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND BRAND  
IMAGE TOWARD PURCHASE INTENTIONS SUNSILK  
SHAMPOO SURVEI IN FACULTY OF TECHNIC STUDENT  
IKK MAJOR COURSES COSMETOLOGY AND  
COSMETOLOGY EDUCATION STATE UNIVERSITY OF  
JAKARTA**

**NORITA PUTRIANANDA HADITIYA  
8215102977**



**This thesis is written as one of the requirements for getting a Bachelor Degree  
of Economics**

**STUDY PROGRAM S1 MANAGEMENT  
MARKETING CONCENTRATION  
DEPARTMENT OF MANAGEMENT  
FACULTY OF ECONOMIC  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA  
2014**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI




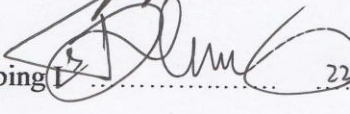
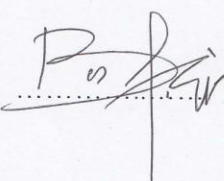
Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. Dedi Purwana ES, M.Bus

NIP. 19671207 199203 1 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dr. Gatot Nazir Ahmad S.Si.,M.Si</u> NIP. 19720506 200604 1 002	Ketua		22 Juli 2014
2. <u>Usep Suhud, Ph.D</u> NIP: 19700212 200812 1 001	Sekretaris		22 Juli 2014
3. <u>Dr. Mohamad Rizan, SE,MM</u> NIP: 19720627 200604 1 001	Penguji Ahli		22 Juli 2014
4. <u>Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si</u> NIP: 19720617 199903 1 001	Pembimbing I		22 Juli 2014
5. <u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP: 19630119 199203 2 001	Pembimbing II		22 Juli 2014

Tanggal Lulus: 22 Juli 2014

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya yang menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 22 Juli 2014

yang membuat pernyataan



Norita Putriananda Haditiya

No. Reg 8215102977

## ABSTRAK

**Norita Putriananda Haditiya, 2014; Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Shampo Sunsilk. Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Setyo Ferry, SE., MSi. & Dra. Basrah Saidani, MSi.**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan kualitas produk, citra merek dan minat beli serta melakukan pengujian pada variabel kualitas produk dan citra merek yang mempengaruhi minat beli shampo Sunsilk. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif dan kausal dengan menggunakan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswi Prodi Tata Rias dan Pendidikan Tata Rias Jurusan IKK Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta, yang berminat membeli shampo Sunsilk. Total sampel pada penelitian ini berjumlah 180 orang yang kemudian alat analisis yang digunakan adalah SPSS 17.00. Hasil dari uji t menunjukkan kualitas produk terhadap minat beli berpengaruh secara signifikan dengan nilai signifikansi  $X_1$  ke Y (0.000), dan citra merek terhadap minat beli juga berpengaruh secara signifikan dengan nilai signifikansi  $X_2$  ke Y (0.000) keduanya tidak lebih besar dari 0.05. Hasil dari uji F menunjukkan pengaruh yang signifikan dari kualitas produk dan citra merek terhadap minat beli yaitu (0.000). Kemudian hasil dari koefisien determinasi pada penelitian ini menunjukkan besarnya variasi nilai variabel kualitas produk dapat menjelaskan variabel minat beli sebesar 11.6%; variabel citra merek dapat menjelaskan variabel minat beli sebesar 10.4%; secara keseluruhan kualitas produk dan citra merek dapat menjelaskan variabel minat beli sebesar 20.4%. Sementara 79.6% sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Citra merek, Minat beli.

## **ABSTRACT**

***Norita Putriananda Haditiya 2014; The Influence of Product Quality and Brand Image toward Purchase Intention Sunsilk Shampoo. Mini-thesis, Jakarta: Marketing Management, Management, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta. Advisory: Setyo Ferry, SE., MSi. & Dra. Basrah Saidani, MSi.***

*This research aims to describe clearly and testing the influence of Product quality Brand image, toward Purchase intention. The Research was carried out quantitatively, descriptive and causal research design, and use survey methods. The population in this study is student of courses cosmetology and cosmetology education, IKK majors, Faculty of Technic, State University of Jakarta, is interested in buying Sunsilk shampoo. The Total of sample in this research counted 180 respondents and the analysis of the research was conducted using SPSS 17 software. The results of the t test shows the product quality and purchase intention significantly influence the significance value  $X_1$  to Y (0.000), and brand image and purchase intention are also significantly influence the value of significance  $X_2$  to Y (0.000) both are not greater than 0.05. The results of F test simultaneously indicates product quality and brand image influencing significantly to purchase intention (0.000). And the result of determination analysis in this research shows the variation of the product quality variable could explained the purchase intention variable for 11.6%, then brand image variable could explained purchase intention for 10.4% and both variables product quality and brand image could explained purchase intention together for 20.4%. While 79.6% are influenced or explained by other variables that are not included in this research model.*

*Keywords: Product quality, Brand image, Purchase intention.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Minat Beli Produk Shampo Sunsilk. Skripsi ini merupakan tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Pada kesempatan ini, peneliti ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, bimbingan dan sarannya kepada peneliti. Ungkapan terima kasih ini peneliti tujukan kepada :

1. Bapak Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si. dan Dra. Basrah Saidani, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing peneliti. Semangat dan bantuan yang diberikan sangat membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Mohammad. Rizan, SE, MM. dan Bapak Usep Suhud, Ph.D selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran dan kritik sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
3. Bapak Drs. Dedi Purwana ES, M.Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Hamidah, SE, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jakarta.
5. Bapak Dr. Gatot Nazir Ahmad S.Si., M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jakarta.

6. Kedua orang tuaku tercinta, Darman S. Hadinata dan Yati Nurhayati yang telah memberikan segala kasih sayang, cintanya dan doanya selama ini. Kepada Adikku Bujangga Dakarati yang senantiasa memberikan semangat dan Riezki Hassyari Putra yang telah setia menemani dan menjadi motivator untuk bisa lulus dengan segera.
7. M. Galih Surendro, SE yang selalu memberikan dukungan, motivasi, bantuan dan bimbingannya di dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Keluarga besar Alm. Tarsa Hadisutisna yang selalu mendoakan dan memberikan semangat kepada peneliti.
9. Teman-teman jurusan Manajemen Reguler (M.O.T) dan Non Reguler 2010 yang memberikan semangat kepada peneliti dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, tanpa mengurangi rasa hormat dan terima kasih peneliti atas kebaikan yang telah anda semua berikan selama ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Jakarta, Juli 2014

Peneliti