

**SKRIPSI**

**PENGARUH HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MEREK LIFEBOUY DI KOTA  
BANJARMASIN**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1)  
pada Program Studi Administrasi Bisnis**

**Oleh :**

**Nur Ghina Annisa Rahmah**

**1810412220023**



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
BANJARMASIN**

**2023**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MEREK LIFEBOUY DI KOTA  
BANJARMASIN**

A Nama Mahasiswa : Nur Ghina Annisa Rahmah  
NIM : 1810412220023

B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis,  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

C. Tim Penguji:  
a. Pembimbing

M. Hasanur Arifin, S.Sos., MM  
NIP. 197604142001121003

[.....]

b. Penguji I

Rizki Muslim Hidayat, S.AB., MM  
NIP. 19891207201712104001

[.....]

c. Penguji II


Humaidi, S.AB., M.AB  
NIP. 199304212020121013

[.....]

Banjarmasin, 19 November 2023

KPS Administrasi Bisnis

Ketua Pembimbing

[.....]

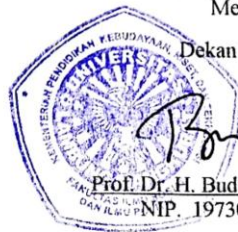
Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos., M.AB  
NIP. 19751105200112201

[.....]

M. Hasanur Arifin, S.Sos., MM  
NIP. 197604142001121003

Mengetahui

Dekan FISIP ULM



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si  
NIP. 197301221998021001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Selasa tanggal 06 bulan Juni tahun 2023, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 3076 /UN8.1.13/KP.10.00/2023 tanggal 01 Juni 2023 untuk menguji skripsi :

Nama : Nur Ghina Annisa Rahmah  
NIM : 1810412220023  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Merek Lifebuoy di Kota Banjarmasin  
Tempat Ujian : Ruang Sidang 1  
Waktu Ujian : 08.30 Wita s.d Selesai  
Nilai : 00 A  
Dinyatakan : Lulus / Tidak Lulus

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

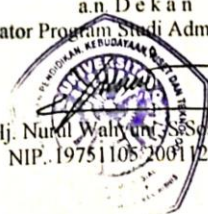
Dibuat di : BANJARMASIN  
Pada Tanggal : 06 Juni 2023

-----  
Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji, 1. Ketua : Muhammad Hasanur Arifin, S.Sos, MM  
([Signature])  
Nur Ghina Annisa Rahmah 2. Sekretaris : Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM  
([Signature])  
3. Anggota : Humaidi, S.AB, M.AB  
([Signature])

Mengetahui/membenarkan :  
an Dekan  
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,

Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB  
NIP. 197511052001122001





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

## SURAT TUGAS

Nomor : 3076/UN8.1.13/KP.10.00/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin  
menugaskan Saudara/i :

1. Muhammad Hasanur Arifin, S.Sos, MM
2. Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM
3. Humaidi, S.AB, M.AB

Untuk menguji Skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung  
Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Nur Ghina Annisa Rahmah  
NIM : 1810412220023  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan  
Pembelian Merek Lifebuoy di Kota Banjarmasin  
Dilaksanakan pada:  
Hari dan Tanggal : Selasa, 06 Juni 2023  
J a m : 08.30 Wita s.d Selesai  
T e m p a t : Ruang Sidang 1

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 1 Juni 2023  
Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si  
NIP 197301221998021001



Catatan :

1. UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti sah"
2. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSB



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “ **PENGARUH HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEREK LIFEBOUY DI BANJARMASIN** ”. Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana (S1) pada program studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan karena adanya bantuan moril dan materil serta bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak – pihak yang terlibat antara lain :

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, SE., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

4. Bapak Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingannya selama saya berkuliah di Universitas Lambung Mangkurat.
5. Bapak Muhammad Hasanur Arifin, S.Sos, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi
6. Bapak Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM selaku Dosen Penguji I sidang skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi .
7. Bapak Humaidi, S.AB, M.AB selaku Dosen Penguji II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
8. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah mendidik, membimbing, dan memberikan ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan serta seluruh Staf Tata Usaha (BAAK) dan Staf Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis yang telah membantu kelancaran studi selama perkuliahan.
9. Orang tua, keluarga, dan teman-teman atas doa, kasih sayang, serta bantuan yang telah diberikan.

Banjarmasin, 6 Juni 2023

Penulis



Nur Ghina Annisa Rahmah

## **LEMBAR PERSEMBAHAN**

Segala puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas karunia dan pertolongan yang telah diberikan dalam proses penulisan skripsi sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Saya ucapkan terimakasih kepada ayah, ibu, dan adik saya yang telah membantu dan memberikan saya semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Saya ucapkan terimakasih kepada dosen-dosen yang telah memberikan ilmu, bimbingan, dan saran kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Saya ucapkan terimakasih kepada teman-teman saya yang juga telah membantu dan memberikan saya semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah dipublikasikan orang lain yang terdapat dalam karya tulis ini telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, 19 November 2023

Yang membuat pernyataan,



Nur Ghina Annisa Rahmah  
NIM. 1810412220023



## ABSTRAK

Nur Ghina Annisa Rahmah, 1810412220023, 2023, Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Merek Lifebuoy Di Kota Banjarmasin, Dibawah Bimbingan Bapak M. Hasanur Arifin.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian merek Lifebuoy di Kota Banjarmasin. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan sampel sebanyak 136 responden konsumen merek Lifebuoy. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner dan pengambilan sampel menggunakan *Acidental sampling*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi linier berganda, uji T, uji F dan uji koefisien determinasi.

Hasil uji T untuk variabel harga memperoleh nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan variabel citra merek memperoleh nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan hasil uji T dapat disimpulkan bahwa harga dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F mempunyai nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan harga dan citra merek mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,522 atau 52,2% keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh harga dan citra merek. Sedangkan 47,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

**Kata Kunci:** Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

Nur Ghina Annisa Rahmah, 1810412220023, 2023, the effects of price and brand image on *purchase decision of Lifebuoy brand in Banjarmasin City. Under Guidance of Mr. M. Hasanur Arifin.*

*This study aims to investigate the effects of price and brand image on the purchase decision of the Lifebuoy brand in Banjarmasin City. The research method used in this study is a quantitative research method using a sample of 136 respondent of Lifebuoy brand consumers. The data collection technique used in this study was to use a questionnaire and sampling using Acidental sampling. The analysis technique used in this research are multiple linear regression model, T test, F test and coefficient of determination test.*

*The results of the T test for the price variable obtained a significance value of  $0.000 < 0.05$  and the brand image variable obtained a significance value of  $0.000 < 0,05$ . Based on the results of the T test, it can be concluded that price and brand image affect purchasing decisions. The results of the F test has a significance value of  $0.000 < 0.05$ . The results showed that simultaneously price and brand image had an affect on purchasing decisions. The coefficient of determination (R<sup>2</sup>) is 0.522 or 52,2% consumer purchasing decisons are influenced by price and brand image. While 47,8% is influenced by other variables outside of this study.*

*Keywords: Price, Brand Image, Purchase Decision.*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI .....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	viii
ABSTRAK .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian .....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Landasan Teoritis .....	17
2.1.1 Pemasaran.....	17
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran .....	17
2.1.1.2 Manajemen Pemasaran.....	18
2.1.2 Harga (X1).....	19
2.1.2.1 Pengertian Harga.....	19
2.1.2.2 Metode Penetapan Harga .....	20
2.1.2.3 Strategi Penetapan Harga Produk.....	23
2.1.2.4 Indikator Harga.....	24
2.1.3 Citra Merek (X2) .....	25
2.1.3.1 Pengertian Citra Merek .....	25
2.1.3.2 Manfaat Merek .....	26
2.1.3.3 Manfaat Citra Merek .....	29

2.1.3.4 Indikator Citra Merek.....	29
2.1.4 Keputusan Pembelian (Y) .....	30
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	30
2.1.4.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	32
2.1.4.3 Indikator Keputusan Pembelian .....	32
2.2 Penelitian Terdahulu .....	34
2.3 Hipotesis.....	41
2.4 Model Penelitian .....	43
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	45
3.2 Desain Penelitian.....	45
3.3 Lokasi Penelitian.....	46
3.4 Populasi, Besar Sampel dan Tehnik Sampling .....	46
3.4.1 Populasi .....	46
3.4.2 Besar Sampel.....	47
3.4.3 Tehnik Sampling .....	47
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	48
3.5.1 Variabel Harga ( X1).....	48
3.5.2 Variabel Citra Merek (X2) .....	49
3.5.3 Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	50
3.6 Sumber Data.....	55
3.7 Teknik Pengumpulan data.....	56
3.8 Teknik Penentuan Skor .....	56
3.9 Uji Validitas dan Realiabilitas .....	57
3.9.1 Uji Validitas .....	57
3.9.2 Uji Reliabilitas.....	58
3.10 Teknik Analisa Data.....	59
3.10.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	59
3.10.2 Uji Asumsi Klasik .....	60
3.10.2.1 Uji Normalitas .....	61
3.10.2.2 Uji Multikolinearitas .....	62

3.10.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	63
3.10.2.4 Uji Autokorelasi.....	64
3.10.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	64
3.10.4 Pengujian Hipotesis.....	65
3.10.4.1 Uji Parsial ( Uji t ).....	65
3.10.4.2 Uji Simultan ( Uji F ).....	66
3.10.4.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	67
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>69</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	69
4.1.1 Profil Responden.....	69
4.2 Hasil Statistik Deskriptif.....	72
4.2.1 Harga (X1).....	73
4.2.2 Citra Merek (X2).....	76
4.2.3 Keputusan Pembelian (Y).....	78
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	82
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	82
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	84
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	85
4.4.1 Hasil Uji Normalitas.....	85
4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	87
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	87
4.4.4 Hasil Uji Autokorelasi.....	88
4.5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	89
4.6 Pengujian Hipotesis.....	91
4.6.1 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	91
4.6.2 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	92
4.6.3 Hasil Koefisien Determinasi.....	93
<b>BAB V PEMBAHASAN HASIL.....</b>	<b>94</b>
5.1 Deskriptif Variabel.....	94
5.1.1 Harga (X1).....	94
5.1.2 Citra Merek (X2).....	95
5.1.3 Keputusan Pembelian (Y).....	96

5.1.4 Pengaruh Harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Merek Lifebuoy di Kota Banjarmasin .....	97
5.1.5 Pengaruh Citra Merek (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Merek Lifebuoy di Kota Banjarmasin .....	98
5.1.6 Pengaruh Harga (X1) Dan Citra Merek (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Merek Lifebuoy di Kota Banjarmasin.....	99
5.2 Implikasi Hasil Penelitian .....	101
5.2.1 Harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	101
5.2.2 Citra Merek (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	102
5.2.3 Harga (X1) Dan Citra Merek (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	103
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	104
BAB VI PENUTUP.....	105
6.1 Kesimpulan .....	105
6.2 Saran .....	105
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
BIODATA PENELITI	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Produk Perawatan Diri Pada Tahun 2018-2020 .....	2
Tabel 1.2 10 Besar Merek Dengan CRP Tertinggi Dalam Brandfoot Print 2021, Kantar Worldpanel .....	5
Tabel 2.1 Fungsi Merek Bagi Konsumen .....	28
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	53
Tabel 3.2 Rentang Kategori Jawaban Responden.....	60
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	68
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	69
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	70
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	71
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	72
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Harga (X1) .....	73
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Citra Merek (X2).....	76
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)....	78
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1).....	82
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X2) .....	83
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	83
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas .....	84
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov .....	86
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	87
Tabel 4.14 Hasil Uji Autokorelasi .....	88

Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	89
Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	91
Tabel 4.17 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	92
Tabel 4.18 Hasil Uj Koefisien Determinasi .....	93



## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Top Brand Index Lifebuoy .....	11
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	43
Gambar 4.1 Normal Probability Plot .....	85
Gambar 4.2 Hasi Scatterplot .....	88

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabulasi Data SPSS For Windows Versi 26
- Lampiran 3 Hasil Output Pengujian Dan Hipotesis SPSS For Windows Versi 26
- Lampiran 4 Lain-lain