

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *PERCEIVED QUALITY*,
DAN *PRODUCT AVAILABILITY* TERHADAP *PURCHASE
DECISION* PRODUK *SUNLIGHT* DI KOTA BANJARMASIN**



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen

Oleh:

ANISA SARI

NIM : 2110312220048

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN**

2025

LEMBAR LEGALITAS

Pengaruh *Brand Awareness*, *Perceived Quality*, dan *Product Availability* terhadap *Purchase Decision* Produk Sunlight di Kota Banjarmasin

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**ANISA SARI
NIM. 2110312220048**

Telah dipertahankan di depan Tim penguji pada tanggal 03 Oktober 2025

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Dosen Pembimbing



**M. Zainal Abidin S.Sos, M.Si
NIP. 197509132003121001**

**Mengetahui,
Koordinator Program Studi Manajemen**



**Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 197007072005011001**

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Nama : Anisa Sari

NIM : 2110312220048

Jurusan / Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Awareness*, *Perceived Quality*, dan
Product Availability Produk Sunlight di Kota Banjarmasin

Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran

Ujian Dilaksanakan : Jumat, 03 Oktober 2025

Waktu Ujian : 10.30 WITA

TIM PENGUJI

Pembimbing I : M. Zainal Abidin, S.Sos, M.Si (..........)

Penguji I : Dr. Hastin Umi Anisah, S.E, M.M

Penguji II : Anna Nur Faidah, S.E. M.Si

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian skripsi yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Anisa Sari
NIM : 2110312220048
Jurusan / Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Awareness*, *Perceived Quality*, dan *Product Availability* Produk Sunlight di Kota Banjarmasin
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Jumat, 03 Oktober 2025
Waktu Ujian : 10.30 WITA

Disetujui oleh Dosen Pembimbing,

Dengan demikian berita acara perbaikan skripsi yang mendapatkan persetujuan.

Banjarmasin, 06 Oktober 2025

Mahasiswa



Anisa Sari
NIM. 2110312220048

Dosen Pembimbing



M. Zainal Abidin S.Sos, M.Si
NIP. 197509132003121001

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Manajemen



Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 197007072005011001

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 6 Oktober 2025

Yang membuat pernyataan,

Anisa Sari



NIM. 2110312220048

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, yang dengan limpahan rahmat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini berjudul “Pengaruh *Brand Awareness*, *Perceived Quality*, dan *Product Availability* Terhadap Purchase Decision Produk Sunlight di Kota Banjarmasin”. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif dan bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen. Besar harapan saya untuk skripsi ini bisa berguna bagi pembaca, yaitu saudara-saudara dan adik-adik mahasiswa sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan atau perbandingan, serta masukan dalam rangka penyusunan skripsi di masa yang akan datang. Saya juga berharap bahwa skripsi ini dapat bermanfaat bagi perusahaan yaitu Unilever sebagai bahan masukan dan pertimbangan.

Penulis ingin menyampaikan penghargaan yang tulus kepada semua yang telah memberikan dukungan dan bantuan berharga dalam perjalanan penyelesaian skripsi ini. Kesadaran penulis akan fakta bahwa pencapaian ini tidak akan terwujud tanpa kontribusi berbagai pihak menjadi dasar ungkapan terima kasih ini. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Yunani, SE., M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat
2. Bapak Abdul Hadi, SE, M.Si selaku Koordinator Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat
3. Bapak M. Zainal Abidin, S.Sos, M.Si sebagai Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu untuk memberikan konsultasi, penulis mengucapkan terima kasih

atas kontribusi ide, saran, dan solusi yang berharga selama proses penyelesaian skripsi ini.

4. Ibu Dr. Hastin Umi Anisah, S.E. M.M. dan Ibu Anna Nur Faidah, S.E. M.Si sebagai Dosen Penguji yang dengan kerelaan hati menyediakan waktu untuk menguji skripsi saya, serta memberikan saran-saran yang berharga untuk meningkatkan kualitas proposal ini.
5. Ibu Dr. Raden Roro Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing saya dalam akademik dari awal semester hingga selesainya semester ini.
6. Para dosen beserta staff di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat, yang telah melibatkan diri dalam proses pendidikan, bimbingan ,penyaluran ilmu pengetahuan serta yang membantu segala bentuk proses perkuliahan selama 4 tahun terakhir yang sangat bermanfaat bagi penulis.
7. Bapak M. Sarimansyah (Alm) dan Ibu Irun yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, motivasi serta iringan do'a yang tak ada putusnya selama proses perkuliahan penulis sampai sekarang, Terimakasih atas dukungan moral dan materialnya.
8. Kepada kakak-kakak saya Ahmad Susilo, Ahmad Safari S.H, Yuni Purnama Sari, S.Pd, dan Isra Purnamawati S.Pd, Terima kasih atas dukungan baik secara moril, materil, maupun cinta kasih tanpa pamrih kepada saya.
9. Kepada seluruh teman-teman saya thebdk, anselle, dan seluruh teman-teman di akun @niisaaurus yang telah mendengarkan keluh kesah, membantu, dan juga telah memberikan dukungan kepada saya.
10. Kepada seluruh bapak-ibu Manager di Unilever Depo Banjarmasin yang telah memberikan saya banyak pelajaran berharga.

11. Dan terakhir kepada saya, Anisa Sari, yang mampu melalui semua ini. Saya pernah membaca kutipan "Beberapa anak beruntung dilahirkan di tengah keluarga yang cukup materi. Sisanya beruntung karena diberi hati dan tulang yang kuat untuk berusaha sendiri". Dan sebagai F41.2 lalu menjadi F31.6 *survivor*, terima kasih sudah bertahan sejauh ini tapi tolong cintai diri kamu lebih dari apapun. Semoga setelah ini kamu bisa berdamai dengan segala hal dan semoga semua yang kamu impikan dapat tercapai ya.

Semoga dengan segala dukungan, bantuan, dan doa yang diberikan, penulis memperoleh keberkahan dari Allah SWT. Penulis menyadari adanya kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan masukan yang konstruktif dari pembaca. Semoga skripsi ini memberikan manfaat yang berarti bagi para pembacanya.

Banjarmasin, 06 Oktober 2025

Anisa Sari
2110312220048

ABSTRAK

Anisa Sari (2025). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, dan Product Availability terhadap Keputusan Pembelian Produk Sunlight di Kota Banjarmasin. Pembimbing: M. Zainal Abidin, S.Sos, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, dan Product Availability terhadap keputusan pembelian produk Sunlight di Kota Banjarmasin. Brand Awareness, kualitas yang dirasakan, serta ketersediaan produk merupakan faktor penting yang memengaruhi perilaku konsumen dalam memilih produk.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen pengguna produk Sunlight di Kota Banjarmasin. Metode sampling yang digunakan adalah non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda untuk menguji pengaruh masing-masing variabel terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Brand Awareness berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Perceived Quality dan Product Availability juga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Sunlight. Hal ini menegaskan bahwa semakin tinggi kesadaran merek, semakin baik kualitas yang dirasakan, serta semakin terjamin ketersediaan produk, maka semakin besar kemungkinan konsumen melakukan pembelian

Kata Kunci: *Brand Awareness, Perceived Quality, Product Availability, Keputusan Pembelian, Sunlight, Menyamping*

ABSTRACT

Anisa Sari (2025). The Influence of Brand Awareness, Perceived Quality, and Product Availability on Purchasing Decisions of Sunlight Products in Banjarmasin City. Advisor: M. Zainal Abidin, S.Sos, M.Si

This study aims to analyze the influence of Brand Awareness, Perceived Quality, and Product Availability on purchasing decisions of Sunlight products in Banjarmasin City. Brand Awareness, perceived quality, and product availability are key factors that affect consumer behavior in choosing products.

This research employed a quantitative method. Data were collected through questionnaires distributed to consumers of Sunlight products in Banjarmasin City. The sampling method used was non-probability sampling with a purposive sampling technique. Data analysis was carried out using multiple linear regression to test the effect of each variable on purchasing decisions.

The results show that Brand Awareness has a significant influence on purchasing decisions. Perceived Quality and Product Availability also have a positive effect on purchasing decisions. Simultaneously, these three variables significantly affect purchasing decisions of Sunlight products. This indicates that the higher the brand awareness, the better the perceived quality, and the more assured the product availability, the greater the likelihood of consumers making a purchase.

Keywords: *Brand Awareness, Perceived Quality, Product Availability, Purchasing Decision, Sunlight, Sideways*

DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	18
1.4 Manfaat Penelitian.....	18
1.5 Sistematika Penelitian.....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	23
2.1 Landasan Teori	23
2.1.1 <i>Brand Awareness</i>	23
2.1.2 <i>Perceived Quality</i>	28
2.1.3 <i>Product Availability</i>	35
2.1.4 <i>Purchase Decision</i>	41
2.1.5 Keterkaitan Antar Variabel	46
2.2 Penelitian Sebelumnya	48

BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	52
3.1 Kerangka Konseptual	52
3.2 Hipotesis	53
BAB IV METODE PENELITIAN.....	56
4.1 Ruang Lingkup Penelitian	56
4.2 Jenis Penelitian.....	57
4.3 Tempat Penelitian	58
4.4 Unit Analisis	59
4.5 Populasi dan Sampel.....	60
4.5.1 Populasi	60
4.5.2 Sampel.....	61
4.6 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	63
4.6.1 Variabel Independen.....	63
4.6.2 Variabel Dependen.....	63
4.6.3 Definisi Operasional.....	64
4.7 Teknik Pengumpulan Data	66
4.7.1 Sumber Data	66
4.8 Teknik Analisis Data.....	69
4.8.1 Uji Instrumen.....	69
4.8.2 Analisis Regresi Linear Berganda	71
4.8.3 Uji Asumsi Klasik	72
4.8.4 Koefisien Determinasi.....	76
4.8.5 Uji F.....	76
4.8.6 Uji T	77
BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS.....	78
5.1 Gambaran Umum Penelitian.....	78

5.2 Hasil dan Analisis.....	79
5.2.1 Karakteristik Demografi Responden	79
5.2.2 Deskripsi Statistik Variabel Penelitian.....	88
5.2.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	97
5.2.4 Analisis Data	100
5.2.5 Uji Regresi Linear Berganda.....	103
5.2.6 Hasil Pengujian Hipotesis	105
5.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	109
5.4 Implikasi Hasil Penelitian	118
5.4.1 Implikasi Teoritis.....	118
5.4.2 Implikasi Praktis.....	123
5.4.3 Keterbatasan Penelitian.....	131
BAB IV PENUTUP	133
6.1 Kesimpulan.....	133
6.2 Saran.....	134
DAFTAR PUSTAKA	136
LAMPIRAN	139

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Sunlight Vs <i>Brand</i> Lain	3
Tabel 1. 2 Data Penjualan Sunlight.....	3
Tabel 1. 3 Data Pra-Survey Pemilihan Merek Sabun Cuci Piring di Kota Banjarmasin	4
Tabel 1. 4 Pra Survey Variabel <i>Purchase Decision</i>	6
Tabel 1. 5 Pra Survey Variabel <i>Brand Awareness</i>	8
Tabel 1. 6 Pra Survey Variabel <i>Perceived Quality</i>	11
Tabel 1. 7 Pra Survey Variabel <i>Product Availability</i>	13
Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya.....	48
Tabel 4. 1 Definisi Operasional	64
Tabel 4. 2 Skala Likert	68
Tabel 5. 1 Jenis Kelamin	80
Tabel 5. 2 Pekerjaan.....	81
Tabel 5. 3 Usia.....	82
Tabel 5. 4 Kecamatan Tempat Tinggal	83
Tabel 5. 5 Pendidikan.....	84
Tabel 5. 6 Pendapatan Bulanan.....	85
Tabel 5. 7 Tempat Pembelian Produk	85
Tabel 5. 8 Frekuensi Pembelian Produk.....	86
Tabel 5. 9 Jenis Produk Yang Digunakan	87
Tabel 5. 10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Awareness</i>	89
Tabel 5. 11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Quality</i>	91
Tabel 5. 12 Statistik Deskriptif Variabel <i>Product Availability</i>	93
Tabel 5. 13 Statistik Deskriptif Variabel <i>Purchase Decision</i>	95
Tabel 5. 14 Hasil Uji Validitas	99
Tabel 5. 15 Uji Reliabilitas.....	100
Tabel 5. 16 Uji Normalitas	100
Tabel 5. 17 Uji Heteroskedastisitas.....	101
Tabel 5. 18 Uji Multikolinearitas	102
Tabel 5. 19 Output Regresi.....	103

Tabel 5. 20 Koefisien Determinasi.....	105
Tabel 5. 21 Uji F.....	106
Tabel 5. 22 Uji T.....	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk <i>Sunlight</i>	1
Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Critical Review Jurnal</i>	139
Lampiran 2 Tabel Pengembangan Instrumen Penelitian.....	151
Lampiran 3 Kuesioner.....	157
Lampiran 4 Output SPSS.....	162
Lampiran 5 R Tabel	180
Lampiran 6 T Tabel.....	182
Lampiran 7 F Tabel.....	183