

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, ASOSIASI MEREK, KESADARAN  
MEREK DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PASTA GIGI CLOSE UP  
(Studi Pada Konsumen Pasta Gigi Close Up di Purwokerto)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
gelar Sarjana Manajemen S1

**IMAM PUTRA PAMUNGKAS  
1502010050**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO  
2021**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, ASOSIASI MEREK, KESADARAN  
MEREK DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PASTA GIGI CLOSE UP  
(Studi Pada Konsumen Pasta Gigi Close Up di Purwokerto)**



**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
gelar Sarjana Manajemen S1**

**Oleh :  
IMAM PUTRA PAMUNGKAS  
1502010050**

**Diperiksa dan disetujui oleh :**

**Pembimbing**



**Arini Hidayah., S.E., M.Si  
NIK. 2160341**


## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Imam Putra Pamungkas  
NIM : 1502010050  
Program Studi : Manajemen S1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Judul : Pengaruh Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Kesadaran Merek Dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Close Up (Studi Pada Konsumen Pasta Gigi Close Up di Purwokerto)

telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

### DEWAN PENGUJI

Ketua : Arini Hidayah., S.E., M.Si (  )

Anggota 1 : Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si (  )

Anggota 2 : Yudhistira Pradhipta Aryoko, S.E.,MM. (  )

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 12 Agustus 2021

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Naeati Tubastuvi, S.E., M.Si.

NIK. 2160187

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Imam Putra Pamungkas  
NIM : 1502010050  
Program Studi : Manajemen SI  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 12 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan,



Imam Putra Pamungkas

## MOTTO

“Semangat terbesar ada pada diri kita sendiri”

“Jadilah dirimu sendiri, agar orang lain menyukaimu tulus karna menjadi pribadi sendiri. Yang terpenting tidak merugikan orang lain”

(Imam Putra Pamungkas)

“Ambilah kebaikan dari apa yang dikatakan, jangan melihat siapa yang mengatakan”

(Muhammad SAW)

“Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yg sabar”

(Qs Al Baqarah : 153)

“Pendidikan memiliki akar yang pahit, tapi buahnya manis”

(Aristoteles)

## PERSEMBAHAN



*Dengan mengucapkan Basmallah dan syukur, kupersembahkan  
skripsi penuh perjuangan ini kepada :*

*Kedua orang tua paling berharga dalam hidup saya  
Bapak Machmuri (Alm) dan Ibu Mas'adah,  
Serta kakak-kakaku Indah Lestari, Amri Rifai, dan Aulia Novita  
Terima kasih atas setiap lantunan doa dan tetesan keringat yang tak bisa terhitung,  
semoga Allah memberkahi dan mengganti segalanya.*

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahil'alamiin segala puji syukur kehadiran Allah Subhanahu wa Ta'ala, karena atas rahmat dan hidayah-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns., M.Kep. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memperkenankan mahasiswa tingkat akhir dalam menyelesaikan skripsi.
2. Ibu Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
3. Bapak Drs. Suyoto, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberi motivasi kepada seluruh mahasiswa/i skripsi di semester genap tahun 2021.
4. Ibu Arini Hidayah, SE., Msi, selaku Dosen pembimbing yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
5. Ibu Dra. Tri Septin Muji Rahayu., M.Si, selaku dosen penguji 1 yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.

6. Bapak Yudhistira Pradhipta Aryoko, S.E., MM, selaku dosen penguji 2 yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
7. Bapak/Ibu dosen, seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.
8. Kedua orang tua saya bapak Machmuri dan ibu saya Mas'adah serta kakak-kakakku Indah Lestari, Amri Rifai, dan Aulia Novita sosok yang luar biasa selalu memberikan dukungan baik moral maupun materil serta doa yang tiada henti kepada saya dalam proses penyusunan skripsi ini.
9. Sahabat seperjuangan, M. Syaakil Jaza dan Eva Soniya yang telah memberikan bantuan dan waktunya dalam penyusunan skripsi ini. Tak lupa juga kepada sahabat lainnya Reza Denny, Khusni Mubarak, dan Aini Kuswini yang telah memberikan doa, motivasi dan bantuan selama ini.
10. Teman-teman seperjuangan Manajemen S1 kelas A angkatan 2015, atas kebersamaan, canda dan tawa, semangat dan sukses selalu untuk kita semua.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah Subhanahu wata'ala berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Aamiin.

Wassalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Purwokerto, 12 Agustus 2021

Penulis



Imam Putra Pamungkas

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Imam Putra Pamungkas  
NIM : 1502010050  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto


Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalt-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, ASOSIASI MEREK, KESADARAN  
MEREK DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PASTA GIGI CLOSE UP  
(Studi Pada Konsumen Pasta Gigi Close Up di Purwokerto)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihinfomatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Purwokerto  
Pada Tanggal : 12 Agustus 2021  
Yang menyatakan,

  
Imam Putra Pamungkas

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, ASOSIASI MEREK, KESADARAN  
MEREK DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PASTA GIGI CLOSE UP  
(Studi Pada Konsumen Pasta Gigi Close Up di Purwokerto)**

**Imam Putra Pamungkas<sup>1</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
E-mail : [imampp.2511@gmail.com](mailto:imampp.2511@gmail.com)

**Arini Hidayah<sup>2</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Email : [hidayaharini99@gmail.com](mailto:hidayaharini99@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kualitas, asosiasi merek, kesadaran merek dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian pasta gigi Close Up pada konsumen pasta gigi di Purwokerto. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pasta gigi Close Up di Purwokerto. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Non-Probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi sampel. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 110 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda pada taraf signifikansi sebesar 5%. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial dan simultan menunjukkan bahwa persepsi kualitas, asosiasi merek, kesadaran merek dan loyalitas merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pasta gigi Close Up pada konsumen pasta gigi di Purwokerto. Besarnya pengaruh persepsi kualitas, asosiasi merek, kesadaran merek dan loyalitas merek dalam memberikan kontribusi pengaruh terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 48,9%.

**Kata Kunci** : Pengaruh Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Kesadaran Merek, Loyalitas Merek dan Keputusan Pembelian.

***THE INFLUENCE OF QUALITY PERCEPTION, BRAND ASSOCIATION,  
BRAND AWARENESS AND BRAND LOYALTY ON THE PURCHASE  
DECISION OF TOOTHOLD CLOSE UP  
(Study on Close Up Toothpaste Consumers in Purwokerto)***

**Imam Putra Pamungkas<sup>1</sup>**

*Faculty of Economics and Business  
Muhammadiyah University Purwokerto*

E-mail: [imampp.2511@gmail.com](mailto:imampp.2511@gmail.com)

**Arini Hidayah<sup>2</sup>**

*Faculty of Economics and Business  
Muhammadiyah University Purwokerto*

Email: [hidayaharini99@gmail.com](mailto:hidayaharini99@gmail.com)

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of perceived quality, brand associations, brand awareness and brand loyalty on purchasing decisions of Close Up toothpaste on toothpaste consumers in Purwokerto. The research method used in this study is a quantitative research method. The population in this study were Close Up toothpaste consumers in Purwokerto. The sampling technique used is the Non-Probability Sampling technique, which is a sampling technique that does not provide equal opportunities for each element of the population to be selected as a sample. The number of samples in this study amounted to 110 respondents. The analytical method used in this study is multiple linear regression analysis at a significance level of 5%. Based on the results of the partial and simultaneous research, it shows that perceived quality, brand associations, brand awareness and brand loyalty affect the purchasing decisions of Close Up toothpaste on toothpaste consumers in Purwokerto. The magnitude of the influence of perceived quality, brand association, brand awareness and brand loyalty in contributing to the influence of purchasing decisions is 48.9%.*

**Keywords:** *Effect of Perceived Quality, Brand Association, Brand Awareness, Brand Loyalty and Purchase Decision.*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	<b>1</b>
B. Rumusan Masalah .....	<b>9</b>
C. Tujuan Penelitian .....	<b>10</b>
D. Manfaat Penelitian .....	<b>11</b>
<b>BAB II TINJUAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
A. Landasan Teori .....	<b>13</b>
B. Hasil Penelitian Terdahulu .....	<b>30</b>
C. Kerangka Pemikiran .....	<b>35</b>
D. Hipotesis .....	<b>41</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>42</b>
A. Jenis Penelitian .....	<b>42</b>
B. Populasi dan Sampel .....	<b>43</b>
C. Metode Pengumpulan Data.....	<b>44</b>
D. Variabel Penelitian .....	<b>45</b>
E. Definisi Operasional .....	<b>45</b>
F. Metode Analisis Data .....	<b>49</b>
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>57</b>
A. Hasil Penelitian .....	<b>57</b>
B. Metode Analisis Data.....	<b>87</b>
C. Pembahasan.....	<b>88</b>

<b>BAB V PENUTUP</b> .....	96
A. Kesimpulan .....	96
B. Keterbatasan Penelitian .....	96
C. Saran.....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	99
<b>LAMPIRAN</b> .....	103



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	49
Gambar 3.1 Kurva Uji F.....	59
Gambar 3.2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua .....	61
Gambar 3.3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga .....	61
Gambar 3.4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat .....	62
Gambar 3.4 Kurva Uji t Hipotesis Kelima.....	63
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Eye Rich Purbalingga.....	66
Gambar 4.1 Kurva Uji F.....	95
Gambar 4.3 Kurva Uji t Hipotesis Kedua .....	96
Gambar 4.4 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga .....	97
Gambar 4.5 Kurva Uji t Hipotesis Keempat .....	98
Gambar 4.6 Kurva Uji t Hipotesis Kelima .....	99

## DAFTAR TABEL

Tabel. 3.1 Definisi Operasional .....	53
Tabel 4.1 Respon Rate .....	69
Tabel 4.2 Jenis Berdasarkan Usia .....	69
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	70
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Status Pernikahan .....	71
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pendidikan .....	72
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Lama Bekerja .....	73
Tabel 4.7 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kepemimpinan (X1) .....	74
Tabel 4.8 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kompensasi (X2) .....	76
Tabel 4.9 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Lingkungan Kerja (X3) .....	77
Tabel 4.10 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Etos Kerja (X4) .....	78
Tabel 4.11 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kinerja Karyawan (Y) .....	79
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepemimpinan (X1) .....	81
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kompensasi (X2) .....	82
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Validitas Variabel Lingkungan Kerja (X3) .....	82
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Validitas Variabel Etos Kerja (X4) .....	83
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kinerja Karyawan (Y) .....	84
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas .....	85
Tabel 4.18 Hasil Uji Normalitas One-sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	86
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinieritas .....	87
Tabel 4.20 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	89
Tabel 4.21 Tabel Hasil Regresi Linier Berganda .....	90
Tabel 4.22 Hasil Nilai Koefisien determinasi ( $R^2$ ) .....	92
Tabel 4.23 Hasil Uji F .....	93
Tabel 4.24 Hasil Uji T .....	94