

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, MOTIVASI HEDONIS, *BRAND IMAGE*,
DAN *CUSTOMER ATTITUDES* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK MS GLOW**

(Studi Pada Mahasiswa UNSOED, UMP dan UIN Saizu)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen S1

DINA ZHRATUL KARIMAH

1902010043

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO

202

PENGARUH KUALITAS PRODUK, MOTIVASI HEDONIS, *BRAND IMAGE* DAN *CUSTOMER ATTITUDES* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MS GLOW

(Studi Pada Mahasiswa UNSOED, UMP dan UIN Saizu)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen S1

DINA ZAHRATUL KARIMAH

1902010043

Diperiksa dan disetujui oleh:

Pembimbing



Hj. Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D

NIK. 2160183




HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh:

Nama : Dina Zahratul Karimah
NIM : 1902010043
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, MOTIVASI HEDONIS, BRAND IMAGE DAN CUSTOMER ATTITUDES TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MS GLOW (Studi Pada Mahasiswa Unsoed, UMP dan UIN Saizu)**

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

1. Ketua Hj. Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D ()
2. Anggota I Arini Hidayah, S.E., M.Si ()
3. Anggota II Restu Frida Utami, S.E., M.Si ()

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 18 Januari 2023

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si

NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dina Zahratul Karimah
NIM : 1902010043
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya skripsi ini adalah karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan 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, 18 Januari 2022

Yang membuat pernyataan



Dina Zahratul Karimah

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

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

Nama : Dina Zahratul Karimah
NIM : 1902010043
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, MOTIVASI HEDONIS, BRAND
IMAGE DAN CUSTOMER ATTITUDES TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK MS GLOW
(Studi Pada Mahasiswa Unsoed, UMP dan UIN Saizu)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihformatkan, 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 sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto
Pada Tanggal : 18 Januari 2022

Yang menyatakan,



Dina Zahratul Karimah

MOTTO

“Apapun yang menjadi takdirmu, akan mencari jalannya menemukanmu.”

(Ali bin Abi Thalib)

“Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan, melainkan menguji kekuatan akarnya.” (Ali bin Abi Thalib)

“Maka nikmat Tuhanmu yang manakah yang kamu dustakan?”

(Q.S. Ar-Rahman : 13)

“Pelangi yang muncul setelah hujan adalah janji alam bahwa masa buruk telah berlalu dan masa depan akan baik-baik saja”

(Windry Ramadhina)

“Life every moment, and so grateful be a life”

PERSEMBAHAN



Dengan mengucapkan Basmalah dan syukur, skripsi ini saya persembahkan untuk ayah dan ibu saya, adik-adik saya, karena telah mendoakan saya, memberikan kebahagiaan kepada saya, sehingga seumur hidup saya menikmati kebahagiaan yang ayah dan ibu curahkan.

Terimakasih atas segala cinta, doa dan harapan yang telah ayah, ibu dan adik berikan kepada saya, semoga Allah memberkahi dan mengganti semuanya.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbil'alamin 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. Assoc. Prof. Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns., M.Kep, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Assoc. Prof. 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. Hj. Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dan memberi masukan.
4. Arini Hidayah, S.E., M.Si., selaku dosen penguji satu yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
5. Restu Frida Utami, S.E., M.Si., selaku dosen penguji dua yang telah memberikan pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
6. Alfalisyado, S.E., Sy, M.E., selaku dosen pembimbing akademik kelas A, yang sudah membimbing kelas A dan sudah mendengarkan keluh kesah dari awal perkuliahan.
7. Bapak/Ibu dosen, seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan selama berada di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk layanan dan fasilitas yang diberikan.

8. Untuk kedua orang tua saya, sosok yang hebat selalu memberikan dukungan moral maupun materiil, nasihat, doa dan motivasi yang tidak terbatas kepada saya sehingga saya selalu bersemangat dan optimis menghadapi setiap masalah dalam penyusunan skripsi ini
9. Untuk adik-adik saya yang senantiasa mendoakan, memberi rasa semangat dan mendukung saya.
10. Rekan satu angkatan Manajemen S1, Manajemen S1 Kelas A angkatan 2019, terimakasih telah memberikan kesan saat kuliah.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

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

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Purwokerto, 18 Januari 2022

Penulis



Dina Zahratul Karimah

PENGARUH KUALITAS PRODUK, MOTIVASI HEDONIS, *BRAND IMAGE* DAN *CUSTOMER ATTITUDES* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MS GLOW

(Studi Pada Mahasiswa Unsoed, UMP dan UIN Saizu)

Dina Zahratul Karimah¹, Herni Justiana Astuti²
Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
[¹dinazahra140502@gmail.com](mailto:dinazahra140502@gmail.com), [²herni99@gmail.com](mailto:herni99@gmail.com)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, motivasi hedonis, *brand image* dan *customer attitudes* terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, teknik pengambilan sampel menggunakan *Non-Probability Sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* dan jumlah sampel sebanyak 110 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis statistik deskriptif, uji instrumen data, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji kecocokan model dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, motivasi hedonis, *brand image* dan *customer attitudes* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Motivasi hedonis dan *customer attitudes* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas produk dan *brand image* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: keputusan pembelian, kualitas produk, motivasi hedonis, *brand image* dan *customer attitudes*

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, HEDONIC MOTIVATION, BRAND IMAGE AND CUSTOMER ATTITUDES OF MS GLOW PRODUCTS

(Study on Unsoed, UMP and UIN Saizu Students)

Dina Zahratul Karimah¹, Herni Justiana Astuti²
Management Study Program S1 Faculty Economics and Business
Muhammadiyah University Purwokerto

[¹dinazahra140502@gmail.com](mailto:dinazahra140502@gmail.com), [²herni99@gmail.com](mailto:herni99@gmail.com)

ABSTRACT

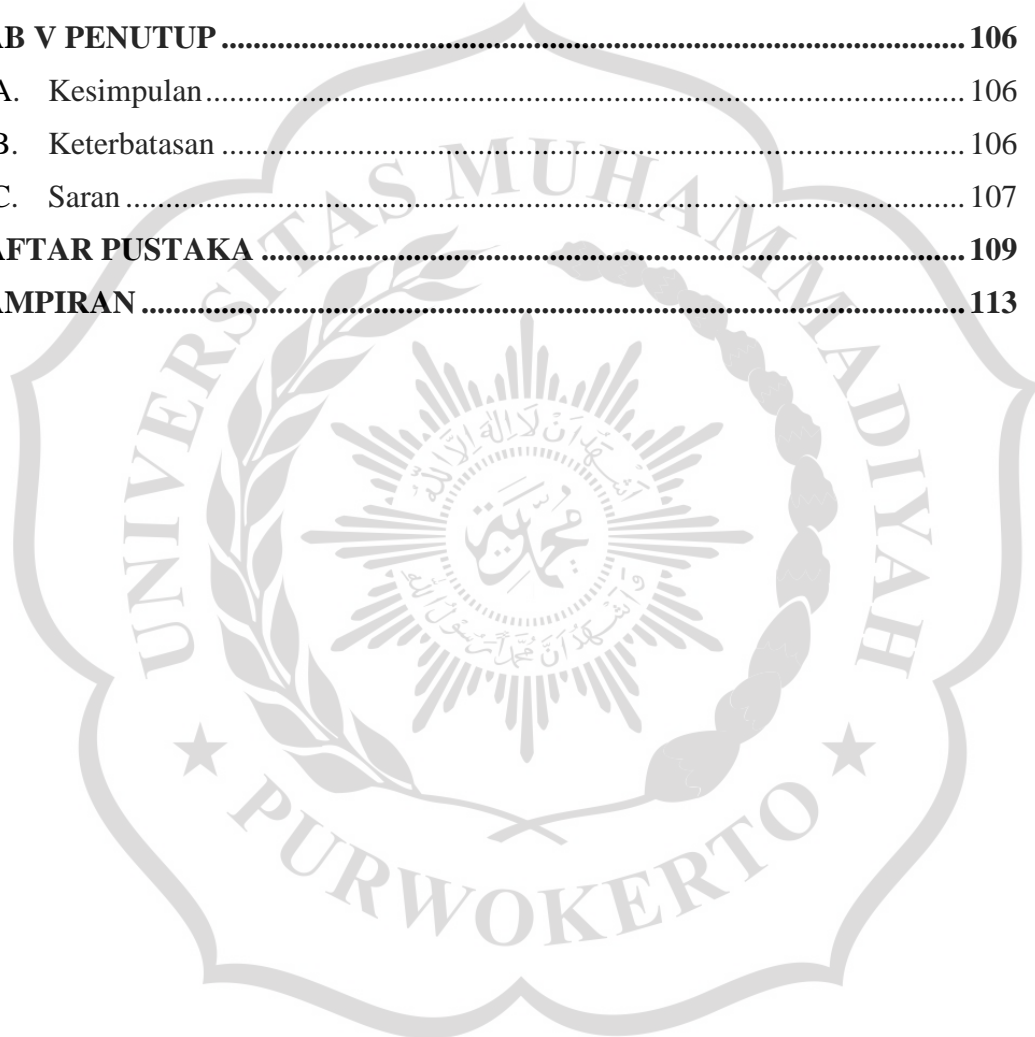
This study aims to analyze the effect of product quality, hedonic motivation, brand image and customer attitudes on purchase decisions. This research was quantitative methods, the sampling technique used Non-Probability Sampling approach purposive sampling and the number of sample is 110 respondents. The data analysis technique used in this study is descriptive statistical analysis, data instrument test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, model fit test and hypothesis testing. The result showed that product quality, hedonic motivation, brand image and customer attitudes simultaneously influence purchasing decisions. Hedonic motivation and customer attitudes have a positive and significant effect on purchasing decisions, while product quality and brand image has no effect on purchasing decisions.

Keyword: purchase decision, product quality, brand image and customer attitudes.

DAFTAR ISI

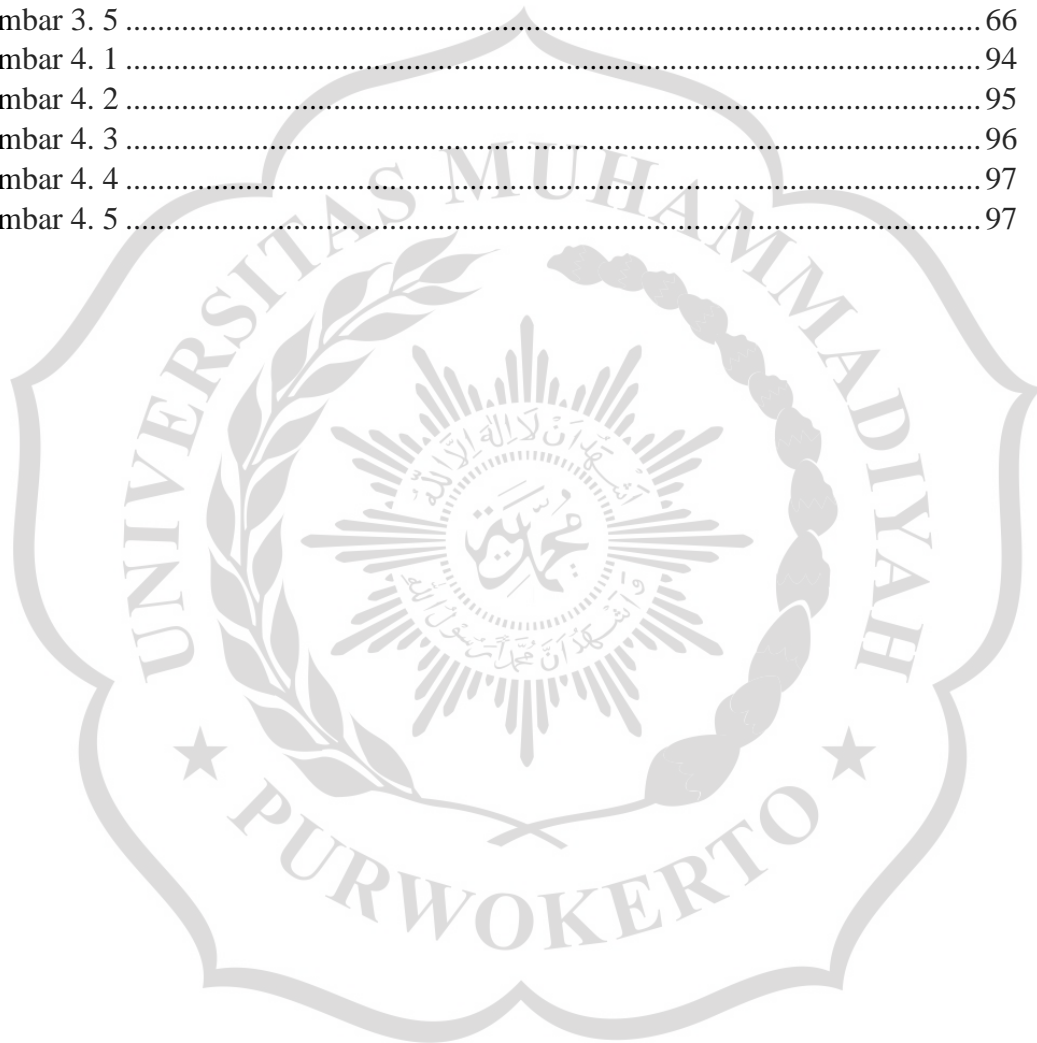
COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iiiv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
MOTTO	ivi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACK	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Batasan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Landasan Teori	13
B. Hasil Penelitian Terdahulu	28
C. Kerangka Pemikiran	37
D. Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Jenis Penelitian	44
B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	44
C. Jenis, Sumber Data dan Teknik Pengambilan Data.....	47
D. Variabel Penelitian	48
E. Definisi Operasional	50

F. Metode Analisis Data	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	67
A. Hasil Penelitian.....	67
B. Deskripsi Responden	69
C. Analisis Data	73
D. Pembahasan	98
BAB V PENUTUP	106
A. Kesimpulan.....	106
B. Keterbatasan	106
C. Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN	113



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	3
Gambar 2. 1	42
Gambar 3. 1	60
Gambar 3. 2	62
Gambar 3. 3	64
Gambar 3. 4	65
Gambar 3. 5	66
Gambar 4. 1	94
Gambar 4. 2	95
Gambar 4. 3	96
Gambar 4. 4	97
Gambar 4. 5	97



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	29
Tabel 3. 1	46
Tabel 3. 2	50
Tabel 4. 1	70
Tabel 4. 2	71
Tabel 4. 3	71
Tabel 4. 4	72
Tabel 4. 5	73
Tabel 4. 6	74
Tabel 4. 7	76
Tabel 4. 8	77
Tabel 4. 9	79
Tabel 4. 10	80
Tabel 4. 11	83
Tabel 4. 12	83
Tabel 4. 13	84
Tabel 4. 14	84
Tabel 4. 15	84
Tabel 4. 16	85
Tabel 4. 17	86
Tabel 4. 18	87
Tabel 4. 19	88
Tabel 4. 20	89
Tabel 4. 21	91
Tabel 4. 22	93
Tabel 4. 23	98