

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN
DAYA TARIK IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK PASTA GIGI *SENSODYNE*
(Studi Pada Masyarakat Purwokerto)**



SKRIPSI

**Disusun Oleh:
AMMAR LAUDZA CHILMI
2002010375**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PUWOKERTO
2025**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN
DAYA TARIK IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK PASTA GIGI *SENSODYNE*
(Studi Pada Masyarakat Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S1
Manajemen

Disusun Oleh:

AMMAR LAUDZA CHILMI

2002010375

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PUWOKERTO
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN
DAYA TARIK IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK PASTA GIGI *SENSODYNE*
(Studi Pada Masyarakat Purwokerto)**



SKRIPSI

**Diperiksa dan disetujui oleh:
Pembimbing**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Restu Frida Utami', is positioned above the printed name.

Restu Frida Utami, S.E., M.Si
NIK. 2160496

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh;

Nama : Ammar Laudza Chilmi
NIM : 2002010375
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pasta Gigi *Sensodyne* pada Masyarakat Purwokerto

Telah berhasil dipertahankan dihadapan 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 : Restu Frida Utami, S.E., M.Si ()
Anggota 1 : Dr. Fatmah Bagis, S.E., M.Si ()
Anggota 2 : Dra, Tri Septin Muji Rahayu, M.Si ()
Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 24 Januari 2025

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si
NIK.2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ammar Laudza Chilmi
NIM : 2002010375
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan sumber pihak yang dikutip maupun rujukan 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 mempertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 24 Januari 2025

Yang membuat pernyataan,



Ammar Laudza Chilmi

HALAMAN MOTTO

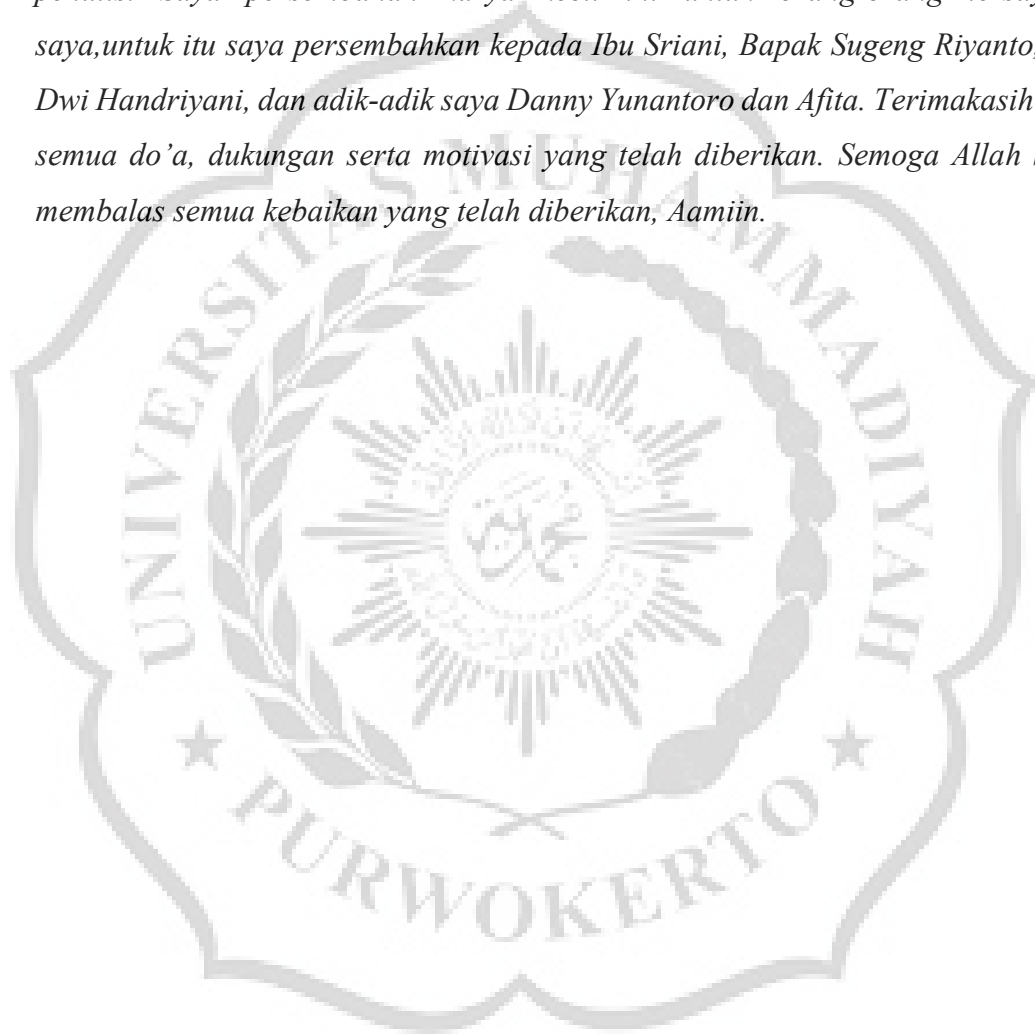
“Sesungguhnya Allah tidak akan menguji hambanya diluar kemampuannya”
(QS Surat Al-Baqarah ayat 286).”

“Allah tidak akan mengubah akhir yang baik dari tujuan kita, tetapi Allah hanya memberi jalan berliku agar ada cerita di setiap perjuangan kita.”
(Ayah Wasmo)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Dengan penuh kerendahan hati dan tetap semangat, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada orang – orang yang sangat berjasa dan sangat penting bagi penulis. Saya persembahkan karya kecil ini untuk orang-orang tersayang saya, untuk itu saya persembahkan kepada Ibu Sriani, Bapak Sugeng Riyanto, Ibu Dwi Handriyani, dan adik-adik saya Danny Yunantoro dan Afita. Terimakasih atas semua do'a, dukungan serta motivasi yang telah diberikan. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan, Aamiin.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Muhammadiyah Purwokerto. Peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini. Ucapan terimakasih penulis disampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Ns. Jebul Suroso, S.Kp., M.Kep selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Ibu Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Bapak Assoc. Prof. Akhmad Darmawan, S.E., M.Si selaku Wakil Rektor tiga Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
4. Bapak Drs. Suyoto, M.Si., Ph.D, CHRA selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
5. Dr. Fatmah Bagis, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan informasi, memotivasi dan membimbing sejak awal perkuliahan sebagai mahasiswa baru hingga penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Restu Frida Utami, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan dan motivasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
7. Ibu Dr. Fatmah Bagis, S.E., M.Si selaku Dosen Penguji satu yang telah menyediakan waktu untuk memberikan kritik dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
8. Ibu Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si selaku Dosen Penguji dua yang telah menyediakan waktu untuk memberikan kritik dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
9. Untuk kedua orang tua dan adik penulis, yaitu bapak Wasno, Ibu Triyati, S.Pd dan Tsamara Laudzatun Nasywa yang selalu mendoakan saya, memberikan

support dan segalanya bagi saya.

10. Untuk Teman-teman, yaitu Rizal Adi Nugroho, S.Psi, Iqbal Aldy Prasteyo, S.M, Afnan Hanif Nafaro, S.M, Basith Ahnaf Jaler Mumtaza, S.M terimakasih atas masukan, dukungan serta pengalaman perkuliahan.

Akhir kata, saya berharap kepada Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembang ilmu.

Purwokerto, 24 Januari 2024

Penulis



Ammar Laudza Chilmi



**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 : Ammar Laudza Chilmi
NIM : 2002010375
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

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

**“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN
DAYA TARIK IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK PASTA GIGI SENSODYNE
(Studi Pada Masyarakat Purwokerto)”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalih media/mengalih formatkan, 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 : 24 Januari 2025

Yang menyatakan,



Ammar Laudza Chilmi

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN
DAYA TARIK IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK PASTA GIGI *SENSODYNE*
(Studi Pada Masyarakat Purwokerto)**

**Ammar Laudza Chilmi¹, Restu Frida Utami², Fatmah Bagis³, Tri Septin
Muji Rahayu⁴**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Email: ammarlauchi@gmail.com¹

ABSTRAK

Tujuan pada penelitian ini yaitu untuk menganalisis pengaruh *citra* merek, kualitas produk dan daya Tarik iklan terhadap Keputusan pembelian produk pasta gigi *Sensodyne* pada masyarakat purwokerto. Pada penelitian ini instrument utama pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan bentuk skala *likert* lima poin. Sampel pada penelitian ini yaitu masyarakat purwokerto yang pernah menggunakan produk pasta gigi *Sensodyne* sejumlah 107 responden dengan menggunakan *purposive sampling* sebagai teknik sampling. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 25. Hasil pada penelitian ini yaitu 1) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk pasta gigi *Sensodyne* pada masyarakat Purwokerto, 2) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk pasta gigi *Sensodyne* pada masyarakat Purwokerto, dan 3) daya tarik iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk pasta gigi *Sensodyne* pada masyarakat Purwokerto. Implikasi dari studi ini menunjukkan bahwa pihak pasta gigi *Sensodyne* harus fokus pada peningkatan cita merek, kualitas produk dan lebih meningkatkan daya Tarik iklan untuk meningkatkan keputusan pembelian pada pelanggannya.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Citra Merek, Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, AND
ADVERTISEMENT APPEAL ON PURCHASING DECISION OF
SENSODYNE TOOTHPASTE***

(A Study on the Community of Purwokerto)

**Ammar Laudza Chilmi¹, Restu Frida Utami², Fatmah Bagis³, Tri Septin
Muji Rahayu⁴**

Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Purwokerto

Email: ammarlauchi@gmail.com¹

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the influence of brand image, product quality, and advertisement appeal on the purchasing decision of Sensodyne toothpaste among the community in Purwokerto. In this study, the primary data collection instrument used is a questionnaire with a five-point Likert scale. The sample for this research consists of 107 respondents from the Purwokerto community who have used Sensodyne toothpaste, selected using purposive sampling as the sampling technique. The data analysis method used is multiple linear regression analysis with the help of SPSS version 25. The results of this study are as follows: 1) brand image has a positive and significant effect on the purchasing decision of Sensodyne toothpaste among the community in Purwokerto, 2) product quality has a positive and significant effect on the purchasing decision of Sensodyne toothpaste among the community in Purwokerto, and 3) advertisement appeal has a positive and significant effect on the purchasing decision of Sensodyne toothpaste among the community in Purwokerto. The implications of this study suggest that Sensodyne toothpaste should focus on improving brand image, product quality, and enhancing advertisement appeal to increase purchasing decisions among its customers.

Keyword: Purchasing Decision, Brand Image, Product Quality, Advertisement Appeal

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Batasan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	12
A. Landasan Teori.....	12
1. Teori Kognitif	12
2. Keputusan Pembelian	12
3. Citra Merek	14
4. Kualitas Produk	15
5. Daya Tarik Iklan	17
B. Penelitian Terdahulu	18
C. Kerangka Pemikiran.....	22
D. Hipotesis Penelitian	25

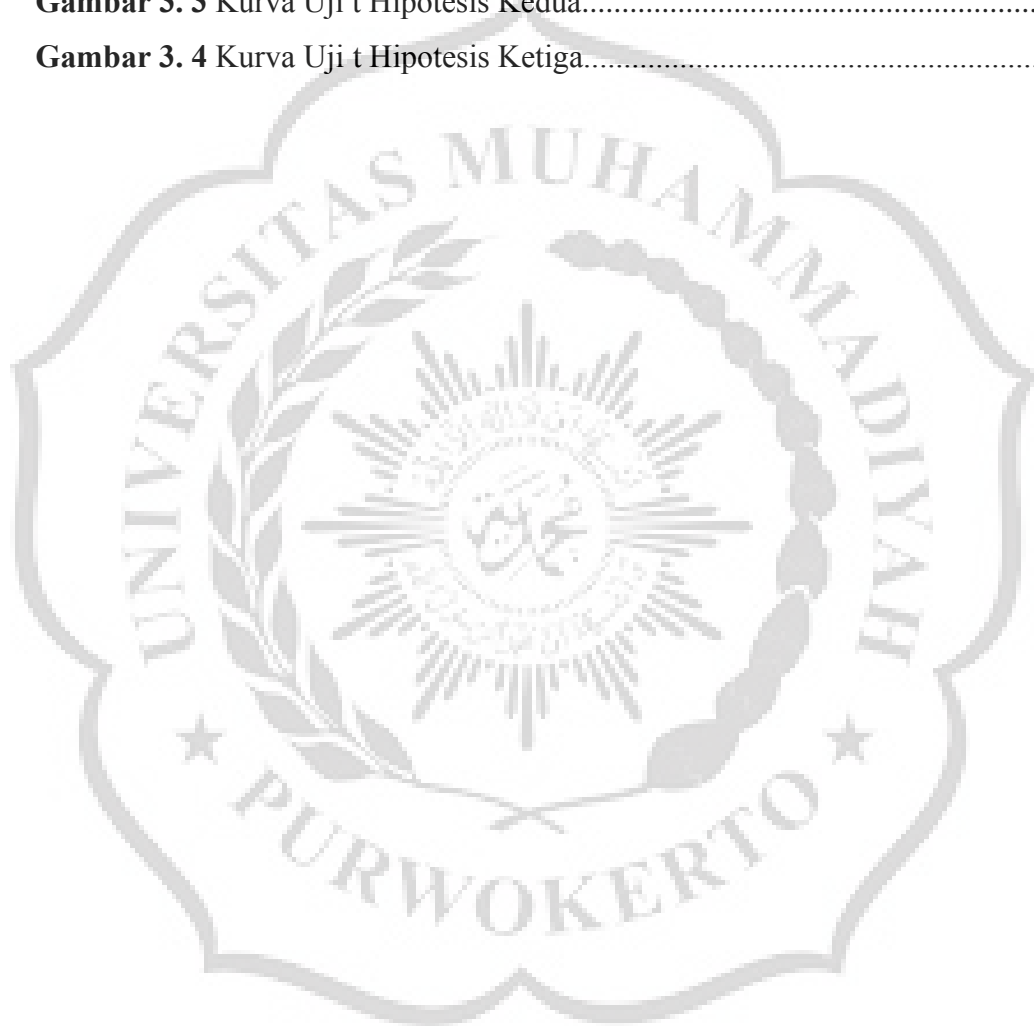
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Jenis Penelitian.....	26
B. Populasi dan Sampel	26
C. Metode Pengumpulan Data.....	28
D. Variabel Penelitian.....	29
E. Metode Analisis Data.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
A. Hasil Penelitian	41
1. Gambaran Umum Pasta Gigi <i>Sensodyne</i>	41
3. Karakteristik Responden Penelitian.....	43
4. Analisis Statistik Deskriptif.....	45
5. Uji Instrument Penelitian	51
6. Uji Asumsi Klasik.....	55
7. Analisis Regresi Linear Berganda	57
8. Uji Kecocokan Model.....	59
9. Uji Hipotesis Partial (t).....	61
B. Pembahasan.....	63
BAB V PENUTUP.....	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	29
Tabel 3. 2 Definisi Operasional.....	30
Tabel 4. 1 Response Rate.....	42
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	44
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	44
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	45
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	46
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Citra Merek (X1).....	47
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kualitas Produk (X2).....	48
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Daya Tarik Iklan (X3)	50
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	52
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X1).....	52
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2)	53
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Daya Tarik (X3)	54
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 4. 16 Hasil Uji Normalitas.....	55
Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4. 18 Hasil Uji Heteroskedastisitas	57
Tabel 4. 19 Analisis Regresi Linear Berganda.....	58
Tabel 4. 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi	60
Tabel 4. 21 Hasil Uji F	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pasta Gigi yang Paling Sering Digunakan.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	24
Gambar 3. 1 Kurva Uji F.....	37
Gambar 3. 2 Kurva Uji t Hipotesis Pertama.....	38
Gambar 3. 3 Kurva Uji t Hipotesis Kedua.....	39
Gambar 3. 4 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga.....	40



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	76
Lampiran 2. Tabulasi Data	82
Lampiran 3. Data Kasar Penelitian.....	85
Lampiran 4. Karakteristik Responden.....	95
Lampiran 5. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	97
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas	99
Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas.....	102
Lampiran 8. Hasil Uji Asumsi Klasik	103
Lampiran 9. Uji Kecocokan Model.....	105
Lampiran 10. Analisis Regresi Linear Berganda	106
Lampiran 11. Surat Pernyataan Lolos Plagiarisme.....	107

