

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT DI
KOTA MADIUN**

SKRIPSI



Oleh :
WANDA EKA FEBYANA
51418054

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN (KAMPUS KOTA MADIUN)
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
2022**

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLET DI KOTA
MADIUN**

**Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
KAMPUS KOTA MADIUN
Untuk memenuhi Sebagian persyaratan
memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen**

**Oleh :
WANDA EKA FEBYANA
51418054**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN (KAMPUS KOTA MADIUN)
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
2022
HALAMAN PERSETUJUAN**

SKRIPSI

PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLET DI KOTA MADIUN

Oleh:
WANDA EKA FEBYANA
51418054

Telah Disetujui dan Diterima Dengan Baik Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing 1



Dr. Christina Esti Susanti, S.E., MM., CPM(AP).
NIDN. 0722076501

Tanggal : 22 September 2022

Pembimbing 2



Dra. Dyah Kurniawati, M.Si.
NIDN. 0713126601

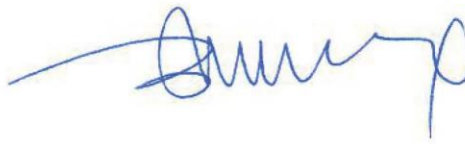
Tanggal : 22 September 2022

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Wanda Eka Febyana NRP 51418054

Telah diuji pada tanggal 11 Oktober 2022 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji



Veronika Agustini Srimulyani, S.E., M.Si

NIDN. 0717087201

Mengetahui,

Dekan,



Dr. I. Proviens Lasdi, MM., AK., CA., CPA

NIDN. 0713097203



Ketua Program Studi,

Dra. Dyah Kurniawati, M.Si

NIDN. 0713126601

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun:

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Wanda Eka Febyana

NIM : 51418054

Judul Skripsi : Pengaruh Differensiasi Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett di Kota Madiun.

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Madiun, 22 September 2022

Yang menyatakan,

The image shows a handwritten signature in black ink over a yellow revenue stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '1000 RUPIAH', 'METERAI TEMPEL', and the serial number 'JCF8EAKX058879092'. The signature is written across the stamp and extends slightly to the right.

(Wanda Eka Febyana)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Diferensiasi Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett di Kota Madiun” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa doa serta dukungan dari berbagai pihak. Dalam penulisan skripsi ini peneliti banyak memperoleh dukungan dan bantuan serta saran-saran dari berbagai pihak baik langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Allah SWT atas karunia dan rahmat-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi
2. Kedua orang tua Bapak Joko Suyatno , Ninik Mariyanti dan Juana Dwi Puspitasari tercinta yang selalu sabar dan senantiasa memberikan do’a, semangat dan dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan selama dibangku perkuliahan.
3. Success Jaya Foundation, Bapak Andhy Halim, Bapak Harsono, Ibu Ely Lolita Sekeluarga yang telah memberikan beasiswa kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi dengan baik dan lancar
4. Ibu Dr. Christina Esti Susanti, S.E., MM., CPM(AP) selaku dosen pembimbing yang telah sabar, teliti dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, semangat, motivasi, dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun skripsi.
5. Ibu Dra. Dyah Kurniawati, M.Si. selaku dosen pembimbing dan selaku Ketua Program Studi Di Luar Kampus Utama (PSDKU) Manajemen yang telah sabar, teliti, dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, semangat, motivasi, dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun skripsi.
6. Ibu Cahyani Setyawati selaku staf Program Studi Di Luar Kampus Utama (PSDKU) Manajemen dan seluruh staf di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun
7. Alief Imam Hartanto yang telah banyak membantu dan sabar dalam menemani penulis menyelesaikan skripsi
8. Renara C.A, Prabowo T.S, Friska R.T, Addin Marchel, Ericha Regita, Riana D.P, Yolanda M.S yang telah banyak membantu dan memberikan support penulis

9. Teman-teman Manajemen kelas B angkatan 2018 terima kasih menemani selama masa perkuliahan semoga kita semua diberikan kelancaran dalam menggapai impian
10. Semua responden yang bersedia meluangkan waktu untuk mengisi koesioner guna membantu proses penyelesaian skripsi
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan doa, motivasi, serta bantuan sehingga skripsi ini mampu selesai.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis mohon maaf atas segala kekurangan. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan referensi demi pengembangan ke arah yang lebih baik. Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa melimpahkan rahmat-Nya kepada kita semua.

Madiun, 22 september 2022

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Pengembangan Hipotesis	18
2.4 Kerangka Konseptual	20
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Desain Penelitian.....	21
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	21
3.3 Jenis dan Sumber Data	23
3.4 Metode Pengumpulan Data	23
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan	24
3.6 Analisis Data	25

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	29
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	29
4.2. Deskripsi Data	29
4.3 Deskripsi Variabel.....	31
4.4 Hasil Analisis Data.....	35
4.5 Pembahasan.....	42
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	45
5.1 Simpulan.....	45
5.2 Keterbatasan	45
5.3 Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA.....	47
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Ini	17
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	30
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat	30
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	31
Tabel 4.4 Rentang Skala	32
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Diferensiasi Produk.....	32
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek	33
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	34
Tabel 4.8 Rangkuman Hasil Uji Validitas	36
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	37
Tabel 4.10 Rangkuman Hasil Uji Multikolinearitas	37
Tabel 4.11 Grafik Scatterplot.....	38
Tabel 4.12 Analisis Regresi Linier Berganda	39
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>)	42

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 8 kategori barang dan jasa yang pertumbuhannya paling tinggi di bidang <i>e-commerce</i>	2
Gambar 1.2 Top Brand Lotion terlaris di marketplace shopee dan Tokopedia periode 1-15 Agustus 2021 Sumber : Kompas, 2021.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	20
Gambar 4.1 Kurva Daerah Penerimaan H1 dan Penolakan H0	41
Gambar 4.2 Kurva Daerah Penerimaan H2 dan Penolakan H0	41

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Surat Penelitian
- Lampiran 2 : Karakteristik Responden
- Lampiran 3 : Jawaban Pertanyaan Variabel
- Lampiran 4 : Statistik Deskriptif
- Lampiran 5 : Uji Kualitas Data (Validitas dan Reabilitas)
- Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 : Regresi Linier Berganda dan Koefisien Determinasi

Pengaruh Diferensiasi Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlet di Kota Madiun

ABSTRAK

Cantik merupakan idaman semua wanita setiap negara memiliki standart kecantikan masing masing begitu pula dengan Indonesia yang mendeskripsikan bahwa cantik adalah seseorang yang berkulit putih atas asumsi tersebut konsumen produk kecantikan meningkat terutama pada brand Scarlett yang menjadi *top brand* penjualan di *e-commerce*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh differensiasi produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Scarlett di Kota Madiun. Objek penelitian yang digunakan adalah produk Scarlett. Populasi pada penelitian ini yaitu konsumen yang telah melakukan pembelian produk Scarlett di toko skincare dan kosmetik yang menjual produk Scarlett kota Madiun, jumlah sampel yang digunakan yaitu 100 responden dengan kriteria pernah melakukan pembelian produk Scarlett. Penelitian dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menemukan bahwa variable differensiasi produk dan citra merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian produk Scarlett di Kota Madiun. Berdasarkan hasil pengujian variable differensiasi produk dan citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk Scarlett di kota Madiun

Kata kunci : Diferensiasi Produk, Citra Merek Dan Keputusan Pembelian

Effect of Brand Image Product Differentiation on Scarlett Product Purchase Decisions in Madiun City

ABSTRACT

Beauty is the dream of all women, every country has their own beauty standards as well as Indonesia which describes that beautiful is someone who is white, on this assumption, consumers of beauty products are increasing, especially the Scarlett brand, which is the top selling brand in e-commerce. This study aims to examine the significance of the effect of product differentiation and brand image on purchasing decisions for Scarlett products in Madiun City. The object of this research is the Scarlett product. The population in this study are consumers who have purchased Scarlett products at skincare and cosmetic stores that sell Scarlett products in Madiun, the number of samples used is 100 respondents with the criteria of having purchased Scarlett products. Research using nonprobability sampling technique with purposive sampling method. The data analysis technique used multiple linear regression. The results of the study found that product differentiation and brand image variables had a significant and positive effect on purchasing decisions for Scarlett products in Madiun City. Based on the results of testing the product differentiation variable and brand image have a significant positive effect on purchasing decisions for Scarlett products in the city of Madiun.

Keywords: Product Differentiation, Brand Image And Purchase Decision