

**PENGARUH HARGA DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK MEREK CITRA PADA REMAJA PUTRI DI
DESA TELUK DAUN, KECAMATAN AMUNTAI UTARA
KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA**

KTI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Diploma (D3)

Pada Program Studi Administrasi Bisnis



OLEH :

KHAIRUNNIDA

NPM : 202163411180

**PROGRAM STUDI ADMINSTRASI BISNIS
SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI (STIA)
AMUNTAI
2024**

**PENGARUH HARGA DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK MEREK CITRA PADA REMAJA PUTRIDI
DESA TELUK DAUN, KECAMATAN AMUNTAI UTARA
KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA**

KTI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Diploma (D3)

Pada Program Administrasi Bisnis



OLEH :

Khairunnida

NPM : 202163411180

**PROGRAM STUDI ADMINSTRASI BISNIS
SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI (STIA)**

AMUNTAI

2024

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya tulis ini kupersembahkan untuk :

Kedua orang tuaku yang telah memberikan dukungan, kasih sayang, serta do'a yang tak terbatas di dalam setiap perjalanan hidupku

Untuk kakaku yang paling cantik yang memberikan semangat dan masukan selama pengerjaan karya tulis ilmiah ini.

Dan terima kasih untuk seluruh pihak yang terlibat dalam proses pengerjaan Karya ini, terima kasih untuk semangat dan dorongan yang diberikan.

MOTTO

Salah satu balas dendam terbaik adalah menjadikan dirimu lebih baik.

(Ali bin abi thalib).

Kesuksesan tidak diukur dari seberapa sering anda jatuh, tetapi seberapa sering anda bangkit kembali.

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KTI**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Khairunnida

Npm : 202163411180

Judul KTI : **Pengaruh Harga Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Citra Pada Remaja Putri Di Desa Teluk Daun, Kecamatan Amuntai Utara Kabupaten Hulu Sungai Utara.**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa KTI yang saya tulis adalah hasil karya tulis sendiri bukan hasil jiplakan atau plagiat dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar diploma di perguruan tinggi mana pun.

Sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah penulis atau terbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini disebut dalam daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, apabila dikemudian hari ternyata saya terbukti melakukan pelanggaran akademik tersebut di atas, saya bersedia menerima saksi dicabut ijazah serta gelar yang telah diberikan kepada saya.

Amuntai, 27 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



Khairunnida

TANDA PERSETUJUAN

**PENGARUH HARGA DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK MEREK CTIRA PADA REMAJA PUTRI DI DESA TELUK DAUN,
KECAMATAN AMUNTAI UTARA KABUPATEN HULUSUNGA UTARA**

TUGAS AKHIR

Telah disetujui dan disahkan

Pada tanggal, 27 Juli 2024


Untuk dipertahakan di depan Tim Penguji Tugas Akhir

Program Studi Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai

Disetujui

Ketua

Program Studi Administrasi Bisnis

Haris Fadiah, S.Sos., M.A.B, CLMA^R
NIK 19940609 201509 1 020

Dosen Pembimbing



Ary Yudianto, S.Sos., MM, CRMA
NIK. 1107079401

Disahkan Oleh

Ketua

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai




Dr. Reno Affrian, S.Sos, M.AP, CIO nR., CIO aR
NIK. 19891025 201807 1 030

PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR
PENGARUH HARGA DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK MEREK CITRA PADA REMAJA PUTRI DI DESA TELUK DAUN,
KECAMATAN AMUNTAI UTARA KABUPATEN HULUSUNGAI UTARA

Disusun Oleh :

Nama : Khairunnida
NPM : 202163411180

Telah dipertahankan di depan Tim penguji Tugas Akhir Program Studi Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai pada tanggal 27 Juli 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya.

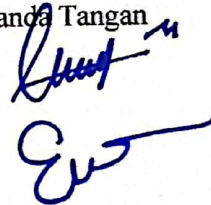
Susunan Tim Penguji
Nama Lengkap

Ketua
Merangkap
Anggota
Sekretaris
Merangkap
Anggota

Ary Yudianto, S.Sos., MM, CRMA

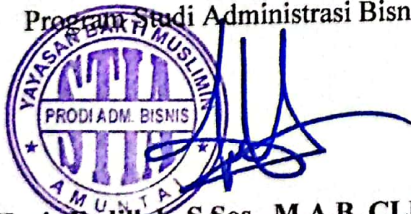
Eka Santi Agustina, S. Sos, MM, CIQaR, CIQnR

Tanda Tangan



Amuntai, 27 Juli 2024

Ketua,
Program Studi Administrasi Bisnis



Haris Fadillah, S.Sos., M.A.B, CLMA^R
NIK 19940609 201509 1 020

Ketua,
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai



Dr.Reno Affrian, S.Sos, M.AP, CIQnR., CIQaR
NIK 19891025 201807 1 030

ABSTRAK

KHAIRUNNIDA NPM: 202163411180, 2024, Judul “**PENGARUH HARGA DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MEREK CITRA PADA REMAJA PUTRI DI DESA TELUK DAUN, KECAMATAN AMUNTAI UTARA KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA**”. Di bawah bimbingan bapak Ary Yudianto, S.Sos., MM, CRMA

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui: (1) Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk merek Citra pada remaja putri di Desa Teluk daun, Kecamatan Amuntai Utara, Kabupaten Hulu Sungai Utara. (2) Untuk menganalisis pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian produk merek Citra pada remaja putri di Desa Teluk daun, Kecamatan Amuntai Utara, Kabupaten Hulu Sungai Utara. (3) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh bersama antara harga dan *brand image* terhadap keputusan pembelian merek Citra pada remaja putri di Desa Teluk Daun, Kecamatan Amuntai Utara, Kabupaten Hulu Sungai Utara.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik purposive sampling, Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan produk merek Citra sampel sebanyak 41 responden. Teknik pengambilan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah uji Validitas, uji reabilitas dan regresi linear berganda pengujian hipotesis (uji parsial (t) dan uji simultan (F), dan Koefisien determinasi. Berdasarkan temuan pengujian hipotesis secara simultan, harga dan *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan uji parsial (uji t) harga harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Uji parsial *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan Koefisien determinasi (Adjusted R²) harga dan *brand image* mempunyai pengaruh sebesar 0,629

Dari hasil penelitian, ini diperoleh persamaan regresi linier berganda $Y = 19899 + -0,113X_1 + 0,064X_2$. Hasil hipotesis secara simultan (uji F) didapatkan F hitung sebesar 8,733 dan sig $0,01 < 0,05$ menunjukkan bahwa harga dan *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan uji parsial (uji t) harga diperoleh t hitung sebesar $-3,779 < 1,685$ dan nilai signifikansi sebesar 0,01 menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Uji parsial *brand image* diperoleh t hitung sebesar $2,148 > 1,685$ dan nilai signifikan 0,038 menunjukkan *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Koefisien determinasi (Adjusted R²) sebesar 0,629 hal ini berarti 0,629 % keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga dan *brand image*. Kesimpulan harga dan *brand image* berpengaruh secara simultan. Secara parsial harga berpengaruh negatif dan signifikan sedangkan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan.

Kata kunci: Harga *Brand Image*, Keputusan Pembelian, hand body lotion Citra.

ABSTRACT

KHAIRUNNIDA NPM: 202163411180, 2024, Title “ THE INFLUENCE OF PRICE AND BRAND IMAGE ON THE DECISION TO PURCHASE BRAND IMAGE PRODUCTS IN TEENAGE WOMAN IN TELUK DAUN VILLAGE, AMUNTAI UTARA DISTRICT, HULU SUNGAI UTARA DISTRICT”. Under the guidance of Mr. Ary Yudianto, S.Sos., MM, CRMA

The aim of this research is to find out: (1) to analyze the influence of price on purchasing decisions for brand products among young woman in teluk daun village, North Amuntai District, North Hulu Sungai Regency.(2) to analyze the influence of brand image on purchasing decisions for brand image products among young woman in Teluk Daun village, North Amuntai District, North Hulu Sungai Regency.(3) to find out whether there is a join influence between price and brand iamge on the decision to purchase brand image among young women in Teluk Daun Village, North Amuntai District, North Hulu Sungai Regency.

This research uses quantitative methods wit purposive sampling techniques in this research is consumers who use Citra brand hand body lotion products, a sample of 41 respondents. The data collection technique uses a questionnaire. The analysis techniques in this research are validity testing, reliability testing and multiple linear regression hypothesis testing (parsial test (t) and simultaneous test (F), and coefficient of determination. Based on the findings of simultaneous hypothesis testing, price and brand image influence purchasing decisions. Meanwhile, partial testing (t test) price influences purchasing decision. Partial test of brand image. Brand image influences purchasing decision. Based on the coefficient of determination (Adjusted R2), price and brand image have an influence of 0,629.

From the research results, the multiple linear regression equation $Y = 19899 + -0,113X_1 + 0,064X_2$ is obtained. Simultaneous hypothesis results (f test) obtained a calculated F of 8,733 and sig 0,01- 0,05 indicating that price obtained a t count of -3,779 < 1,685 and a significance value of 0,01 indicating that price influences purchasing decisions. The coefficient of determination (Adjusted R2) is 0,629, this means that 0,629% of purchasing decisions are influenced by price and brand image. Conclusion Price and brand image have an influence simultaneously. Partially, price has a negative and significant effect, while brand image has a positive and significant effect.

Keywords: Price, brand image, purchasing decisions, Citra hand body lotion.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayat, dan Karunia-nya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan Karya Tulis Ilmiah dengan judul “Pengaruh Harga Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Citra Pada Remaja Putri Di Desa Teluk Daun, Kecamatan Amuntai Utara Kabupaten Hulu Sungai Utara.” Karya Tulis Ilmiah ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi sebagai Karya Tulis Ilmiah pada program DIII Di Jurusan Administrasi Bisnis, Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai.

Penulis menyadari dalam penyusunan Karya Tulis Ilmiah ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini kami ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kepada bapak Dr. Reno Affrian, S.Sos, M.AP, CIQnR, CIQaR selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai
2. Kepada bapak Haris Fadilah, S.Sos., M.A.B, CLMA^R Selaku Ketua Program Studi Administrasi bisnis
3. Kepada bapak Ary Yudianto, S.Sos., MM, CRMA Pembimbing yang sabar meluangkan waktu dan pemikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama penyusunan Karya Tulis Ilmiah.
4. Superhero dan panutanku, Ayahanda Armain, terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, Namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.

5. Pintu surgaku, Ibunda Adawiyah, yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi serta do'a hingga penulis mampu menyelesaikan studinya.
6. Semua pihak dan yang tidak disebutkan satu per satu serta masyarakat di Desa Teluk Daun yang telah memberi bantuan selama penyusunan Karya Tulis Ilmiah ini.
7. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan karya tulis ilmiah dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Disadari sepenuhnya bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan.

Oleh karena itu saran dan kritik selalu diharapkan demi perbaikan lebih lanjut.

Amuntai, 2024

Penulis



Khairunnida

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KTI.....	iii
TANDA PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR	v
HALAMAN BERITA ACARA.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah.....	6
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penulisan	7
1.5 Manfaat Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	9
2.2 Tinjauan Tioritis	12
2.2.1 Harga.....	12

2.2.2	<i>Brand Image</i>	16
2.2.3	Keputusan Pembelian.....	18
2.3	Kerangka pemikiran	21
2.4	Perumusan Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN		27
3.1	Lokasi Penelitian	27
3.2	Pendekatan Penelitian.....	27
3.3	Tipe Penelitian	27
3.4	Populasi dan Sampel	28
3.4.1	Populasi.....	28
3.4.2	Sampel.....	28
3.5	Definisi Operasional Peneliti.....	30
3.6	Instrumen Peneliti.....	31
3.7	Teknik Pengumpulan Data	35
3.7.1	Data primer.....	36
3.7.2	Data sekunder.....	36
3.8	Teknik Penentuan Skor	36
3.9	Uji Validalitas Dan Reabilitas	37
3.10	Uji Asumsi Klasik	39
3.10.1	Uji Normalitas	39

3.10.2 Uji Multikolonieritas.....	39
3.10.3 Uji Heteroskedasitas.....	40
3.11 Teknik Analisis Data.....	41
3.12 Langkah-langkah Penelitian.....	44
BAB IV PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	46
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	46
4.1.2 Visi Misi Perusahaan.....	48
4.2 Gambaran penelitian.....	48
4.2.1 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	49
4.2.2 Deskriptif Usia Responden.....	49
4.2.3 Deskriptif Pendidikan.....	50
4.2.4 Lama Penggunaan Produk.....	50
4.3 Deskriptif Variabel penelitian.....	51
4.4 Uji Validalitas dan Reabilitas.....	58
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	65
4.5.1 Uji Normalitas.....	65
4.5.2 Uji Multikolonieritas.....	67
4.5.3 Uji Heterokedastisitas.....	68
4.6 Teknik Analisis Data.....	69

4.7 Hasil dan pembahasan	74
4.7.1 Pengaruh Harga dan <i>Brand Image</i> secara parsial terhadap keputusan pembelian.....	74
4.7.2 Pengaruh harga dan <i>brand image</i> secara simultan terhadap keputusan pembelian.....	76
BAB V PENUTUP.....	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Top Brand Index</i> Tahun 2020-2024.....	4
Tabel 3.1 Instrumen Penelitian	32
Tabel 3.2 Penentuan Skor	37
Tabel 4.1 Usia Responden.....	49
Tabel 4.2 Pendidikan Responden.....	50
Tabel 4.3 Lama Penggunaan Produk Citra	50
Tabel 4.4 Distribusi Variabel Penelitian harga (X1).....	51
Tabel 4.5 Distribusi Variabel Penelitian <i>brand image</i> (X2)	54
Tabel 4.6 Distribusi Variabel Penelitian keputusan pembelian (Y).....	56
Tabel 4.7 Uji validitas variabel harga X	59
Tabel 4.8 Uji validitas variabel <i>Brand Image</i> X2.....	61
Tabel 4.9 Uji validitas variabel Y	62
Tabel 4.10 Uji reliabilitas.....	64
Tabel 4.11Tabel Hasil Kolmogrov – Smirnov Tes	66
Tabel 4.12Uji Multikolonieritas.....	67
Tabel 4.13 Heterokedasitas Scatterplot.....	68
Tabel 4.14 uji regresi linear berganda.....	69
Tabel 4.15 Uji simultan (F).....	70
Tabel 4.16 Uji parsial (t)	72
Tabel 4.17 Koefisien determinan	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka pemikiran	22
-------------------------------------	----