

**PENGARUH KELOMPOK REFERENSI, HARGA DAN
EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN LIPSTIK *ORIFLAME* DI
KECAMATAN LUBUK BAJA
KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Apriana
130910038**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2017**

**PENGARUH KELOMPOK REFERENSI, HARGA DAN
EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN LIPSTIK *ORIFLAME* DI
KECAMATAN LUBUK BAJA
KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Apriana
130910038**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2017**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Putera Batam maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Batam, 10 Februari 2017

Yang membuat pernyataan,

Apriana
130910038

**PENGARUH KELOMPOK REFERENSI, HARGA DAN
EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN LIPSTIK *ORIFLAME* DI
KECAMATAN LUBUK BAJA
KOTA BATAM**

Oleh:

Apriana

130910038

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera di bawah ini**

**Batam,
10 Februari 2017**

**Putu Hari Kurniawan, S.Sos.,M.M.
Pembimbing**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kelompok referensi, harga, dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian lipstik *Oriflame* di Kecamatan Lubuk Baja Kota Batam baik secara simultan maupun parsial. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Kecamatan Lubuk Baja Kota Batam, yang jumlahnya tidak diketahui dan sampelnya adalah sebagian dari populasi. Teknik pengambilan *sampling* yang digunakan adalah dengan *non probability sampling*. Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini adalah pemilihan sampel dengan *Sampling Insidental*, dan jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan sumber primer yaitu kuesioner. Metode analisis data dengan menggunakan analisis deskriptif, uji kualitas data (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis (koefisien determinasi, uji T, dan uji F). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dan mengolah data-data yang dikumpulkan dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelompok referensi, harga dan ekuitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian baik secara simultan maupun parsial.

Kata Kunci: kelompok referensi, harga, ekuitas merek, keputusan pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study is to know the effects of the reference group, price, and brand equity on buying decisions of lipstick Oriflame in the Kecamatan Lubuk Baja of Batam City either to simultaneously or partially. Population in this study is that consumers in the Kecamatan Lubuk Baja of Batam City, the amount is not to know and the sample is part of the population. sampling techniques used is non-probability sampling. Sampling techniques in this study is the selection of the sample with incidental sampling and amount of the sample used is 100 respondents. Data collection techniques in this study used is primary data namely the questionnaires. Data analysis method used is descriptive analysis, test data quality (validity and reliability), test the classical assumption (normality test, multicollinearity, and heteroskedastisitas test), multiple linear regression analysis, and hypothesis testing (coefficient determination test, T test, F test). Data analysis techniques in this study used is multiple linear regression analysis and process the data collected were performed using SPSS version 21. The results showed that the group of reference, price and brand equity are positive and significant impact on buying decisions either to simultaneously and partially ,

Keyword: reference group, price, brand equity, buying decisions

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen konsentrasi Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati.

Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Ibu Tiurniari Purba, S.E., M.M. selaku Dekan Universitas Putera Batam.
3. Bapak Jontro Simanjuntak, S.Pt., S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Putu Hari Kurniawan, S.Sos., M.M. selaku pembimbing skripsi pada program studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
6. Kedua orangtua penulis yang selalu memberikan nasihat dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.

7. Sahabat-sahabat yang telah memberikan banyak dukungan, semangat, dan motivasi selama penulis mengerjakan skripsi.
8. Kepada seluruh teman-teman yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis baik berupa saran maupun kritik.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufikNya, Amin.

Batam, 10 Februari 2017

Apriana

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERNYATAAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR RUMUS.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Pembatasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Teori Dasar	11
2.1.1 Pengertian Kelompok Referensi.....	11
2.1.1.1 Jenis-jenis Kelompok Referensi.....	12
2.1.2 Pengertian Harga.....	14
2.1.2.1 Tujuan Penetapan Harga.....	15
2.1.2.2 Peranan Harga.....	16
2.1.3 Pengertian Ekuitas Merek.....	17
2.1.3.1 Konsep Ekuitas Merek.....	19
2.1.4 Pengertian Keputusan Pembelian.....	20
2.1.4.1 Tahap-tahap Pengambilan Keputusan.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
2.3 Kerangka Pemikiran.....	23
2.4 Hipotesis.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian.....	26
3.2 Operasional Variabel.....	26
3.2.1 Variabel Bebas (Variabel Independen).....	27

3.2.2	Variabel Terikat (Variabel Dependen).....	27
3.3	Populasi dan Sampel.....	29
3.3.1	Populasi.....	29
3.3.2	Sampel.....	30
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.5	Metode Analisis Data.....	32
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	33
3.5.2	Uji Kualitas Data.....	33
3.5.2.1	Uji Validitas.....	34
3.5.2.2	Uji Reliabilitas.....	35
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	36
3.5.3.1	Uji Normalitas.....	36
3.5.3.2	Uji Multikolinearitas.....	37
3.5.3.3	Uji Heterokedastisitas.....	38
3.5.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	38
3.5.5	Pengujian Hipotesis.....	39
3.5.5.1	Koefisien Determinasi (R^2).....	39
3.5.5.2	Uji Statistik T (Parsial).....	40
3.5.5.3	Uji Statistik F (Simultan).....	40
3.6	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	41
3.6.1	Lokasi Penelitian.....	41
3.6.2	Jadwal Penelitian.....	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian.....	43
4.1.1	Profil Responden.....	43
4.1.1.1	Profil Responden Berdasarkan Status.....	43
4.1.1.2	Profil Responden Berdasarkan Umur.....	44
4.1.1.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
4.1.1.4	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	47
4.1.1.5	Profil Responden Berdasarkan Penghasilan.....	48
4.1.2	Analisis Deskriptif.....	49
4.1.2.1	Karakteristik Variabel.....	49
4.1.2.2	Deskripsi Variabel Kelompok Referensi (X_1).....	50
4.1.2.3	Deskripsi Variabel Harga (X_2).....	51
4.1.2.4	Deskripsi Variabel Ekuitas Merek (X_3).....	51
4.1.2.5	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	52
4.1.3	Hasil Uji Kualitas Data.....	53
4.1.3.1	Hasil Uji Validitas.....	54
4.1.3.1.1	Hasil Uji Validitas Variabel Kelompok Referensi (X_1).....	54
4.1.3.1.2	Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_2).....	55
4.1.3.1.3	Hasil Uji Validitas Variabel Ekuitas Merek (X_3).....	56
4.1.3.1.4	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	57
4.1.3.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	58
4.1.3.2.1	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kelompok Referensi (X_1).....	59
4.1.3.2.2	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X_2).....	60

4.1.3.2.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Ekuitas Merek (X_3).....	61
4.1.3.2.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	62
4.1.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	63
4.1.4.1 Hasil Uji Normalitas.....	63
4.1.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	65
4.1.4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	66
4.1.5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	68
4.1.6 Hasil Uji Hipotesis.....	70
4.1.6.1 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	70
4.1.6.2 Hasil Uji Statistik T (Parsial).....	71
4.1.6.3 Hasil Uji Statistik F (Simultan).....	74
4.2 Pembahasan.....	75

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	79
5.2 Saran.....	80

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Rating Produk Lipstik Dalam Top Brand Index	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	27
Tabel 3.2 Interval Validitas	35
Tabel 3.3 Indeks Koefisien Reliabilitas	36
Tabel 3.4 Jadwal Penelitian	42
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Status	44
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Umur	45
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Pendidikan.....	47
Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Penghasilan	49
Tabel 4.6 Indikator Variabel Kelompok Referensi (X_1).....	50
Tabel 4.7 Indikator Variabel Harga (X_2).....	51
Tabel 4.8 Indikator Variabel Ekuitas Merek (X_3).....	52
Tabel 4.9 Indikator Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	53
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Kelompok Referensi (X_1).....	55
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_2).....	56
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Ekuitas Merek (X_3).....	57
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	58
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel Kelompok Referensi (X_1).....	59
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_2).....	60
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Variabel Ekuitas Merek (X_3).....	61
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	62
Tabel 4.18 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	65
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolonieritas	66
Tabel 4.20 Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
Tabel 4.21 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	69
Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	71
Tabel 4.23 Hasil Uji Statistik T (Parsial)	72
Tabel 4.24 Hasil Uji Statistik F (Simultan).....	74

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1	Jumlah Penduduk Perempuan yang Membeli Lipstik <i>Oriflame</i>4
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Penelitian.....24
Gambar 4.1	Pie Charts Pengelompokan Responden Berdasarkan Status.....44
Gambar 4.2	Pie Charts Pengelompokan Responden Berdasarkan umur.....45
Gambar 4.3	Pie Charts Pengelompokan Responden Berdasarkan Pekerjaan.....46
Gambar 4.4	Pie Charts Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan.....48
Gambar 4.5	Pie Charts Pengelompokan Responden Berdasarkan Penghasilan.....49
Gambar 4.6	Histogram Hasil Uji Normalitas64
Gambar 4.7	Hasil Uji Normalitas P-P Plot.....64
Gambar 4.8	Hasil Uji Heterokedastisitas67

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Slovin.....	30
Rumus 3.2 Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	34
Rumus 3.3 Persamaan Regresi Linear Berganda	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner
Lampiran II	Data Kuesioner
Lampiran III	Data Hasil Uji SPSS 21