



**PENGARUH CITRA MEREK, *EXPERIENTIAL MARKETING*,
KEPUASAN KONSUMEN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TISU PASEO**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

MUHAMAD FAUGI HARAFI

41219090

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

JURUSAN MANAJEMEN

BUMIAYU

2023



**PENGARUH CITRA MEREK, *EXPERIENTIAL MARKETING*,
KEPUASAN KONSUMEN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TISU PASEO**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

MUHAMAD FAUGI HARAFI

41219090

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

JURUSAN MANAJEMEN

BUMIAYU

2023

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhamad Fauqi Harafi

NIM : 41219090

Program studi : S1 Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya dan bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya, kecuali secara tertulis mengacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang saya peroleh terkait skripsi ini.

Paguyangan, 11 September 2023

Yang membuat pernyataan



Muhamad Fauqi Harafi

NIM. 41219090

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **PENGARUH CITRA MEREK, *EXPERIENTIAL MARKETING*, KEPUASAN KONSUMEN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TISU PASEO**

Oleh

Nama : **Muhamad Fauqi Harafi**

NIM : **41219090**

Program Studi : **SI Manajemen**

Fakultas : **Ekonomika dan Bisnis**

Telah dipertahankan di depan dewan penguji skripsi pada tanggal 11 bulan September tahun 2023.

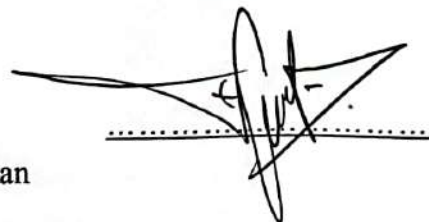
DEWAN PENGUJI

Nama Penguji
Ketua Tim Penguji/Pembimbing
Mukhroji, S.E., M.M
NIDN. 0621058902

Dosen Penelaah/Penguji I
Sarah Dien Hawa, S.E., M.,Si.
NIDN. 0622059001

Dosen Penelaah/Penguji II
Sugeng Riyanto, S.H., M.,Si.
NIDN. 0611056503

Tanda Tangan



Diterima dan disahkan

Pada tanggal 25 bulan 9 tahun 2023



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas izin dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK, *EXPERIENTIAL MARKETING*, KEPUASAN KONSUMEN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PEMBELIAN TISU PASEO”**. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S-1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban Bumiayu. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Muh Kadarisman., S.H., M.Si., selaku Rektor Universitas Peradaban Bumiayu.
2. Bapak Mukhroji, S.E.,M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban Bumiayu.
3. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si, selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban Bumiayu.
4. Bapak Mukhroji, S.E.,M.M selaku Dosen pembimbing skripsi saya, yang telah membimbing saya dengan sabar dan telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing dan mengarahkan saya dari mulai penyusunan proposal sampai skripsi ini selesai.
5. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si, dan Bapak Sugeng Rianto, S.H., M.Si selaku Dosen penguji skripsi.
6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban Bumiayu yang telah membekali dan memberikan banyak pengetahuan kepada saya.
7. Seluruh staf Universitas Peradaban Bumiayu, yang telah memberikan layanan

kepada saya.

8. Orang tua tercinta, Alm. Bapak Imammudin dan Ibu Nurnaningsih selaku wali penulis, Zulfah Dwi Ramadhanti selaku adik penulis serta istri tercinta Ibu Nur Sabrina dan anak tersayang Muhammad Melviano Harafi terimakasih atas doa, dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini.
9. Teman dekat penulis, Teguh Ferdiansyah serta seluruh teman sesama pembimbing dan teman manajemen angkatan 2019 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Paguyangan, 11 September 2023

Penulis,

Muhamad Fauzi Harafi

NIM. 41219090

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR GRAFIK.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN	
A. Telaah Pustaka	10
1. Keputusan Pembelian.....	10
2. Citra Merek	12
3. <i>Experiential Marketing</i>	15

4. Kepuasan Konsumen.....	17
5. Kualitas Produk.....	20
B. Perumusan Model Penelitian.....	24
1. Penelitian Terdahulu	24
2. Perumusan Hipotesis.....	27
3. Kerangka Berpikir.....	31

BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA

A. Metode Penelitian.....	33
1. Jenis Penelitian.....	33
2. Lokasi Penelitian.....	33
3. Waktu Penelitian	33
4. Populasi dan Sampel	33
5. Sumber Data.....	35
6. Teknik Pengumpulan Data.....	36
7. Definisi Konsep dan Operasional Variabel.....	37
B. Teknik Analisis Data.....	40
1. Uji Instrumen	41
2. Analisis Deskriptif	43
3. Analisis Regresi Berganda	44
4. Uji Asumsi Klasik.....	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	51
B. Gambaran Umum Responden	53

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	55
C. Analisis Data dan Pembahasan	56
1. Uji Instrumen	56
2. Analisis Deskriptif	58
3. Analisis Regresi Linier Berganda	65
4. Uji Asumsi Klasik.....	69
5. Pembahasan.....	73
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	77
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN-LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Top Brand Index Kategori Produk Rumah Tangga Tissue 2020-2022	3
Tabel 2. Definisi Operasional Variabel	38
Tabel 3. Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	54
Tabel 4. Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 5. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	55
Tabel 6. Hasil Uji Validitas	56
Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 8. Jawaban Responden Untuk Variabel Keputusan Pembelian.....	58
Tabel 9. Jawaban Responden Untuk Variabel Citra Merek	60
Tabel 10. Jawaban Responden Untuk Variabel <i>Experiential Marketing</i> ..	61
Tabel 11. Jawaban Responden Untuk Variabel Kepuasan Konsumen.....	62
Tabel 12. Jawaban Responden Untuk Variabel Kualitas Produk	63
Tabel 13. Hasil Regresi Linier Berganda	65
Tabel 14. Hasil Uji F	68
Tabel 15. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	69
Tabel 16. Hasil Uji Normalitas	70
Tabel 17. Hasil Uji Multikolinieritas.....	71
Tabel 18. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berpikir	31
-----------------------------------	----

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.	Normalitas Data	70
Grafik 2.	<i>Scaterplot</i> Heterokedastisitas	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	84
Lampiran 2. Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian	90
Lampiran 3. Tabulasi Data Variabel Citra Merek.....	93
Lampiran 4. Tabulasi Data Variabel <i>Experiential Marketing</i>	96
Lampiran 5. Tabulasi Data Variabel Kepuasan Konsumen	99
Lampiran 6. Tabulasi Data Variabel Kualitas Produk	102
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	105
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	106
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Experiential Marketing</i>	107
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen	108
Lampiran 11. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Merek.....	109
Lampiran 12. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	110
Lampiran 13. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek	111
Lampiran 14. Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Experiential Marketing</i>	112
Lampiran 15. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen.....	113
Lampiran 16. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk.....	114
Lampiran 17. Hasil Uji Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	115
Lampiran 18. Hasil Uji Deskriptif Variabel Citra Merek	116
Lampiran 19. Hasil Uji Deskriptif Variabel <i>Experiential Marketing</i>	117
Lampiran 20. Hasil Uji Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen.....	119
Lampiran 21. Hasil Uji Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	121

Lampiran 22. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	123
Lampiran 23. Hasil Uji Normalitas	126
Lampiran 24. Hasil Uji Heteroskedastisitas	127

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, *experiential marketing*, kepuasan konsumen, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian tisu paseo. Data yang digunakan adalah data primer yang didapat dari menyebar kuesioner kepada 97 konsumen yang membeli produk tisu paseo. Analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian ini adalah variabel citra merek dengan t hitung 2,613 dan sig. $0,010 < \alpha$ 0,05 berpengaruh terhadap keputusan pembelian. *Experiential marketing* dengan t hitung 2,510 dan sig. $0,014 < \alpha$ 0,05 berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kepuasan konsumen dengan t hitung 3,149 dan sig. $0,002 < \alpha$ 0,05 berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk dengan t hitung 2,990 dan sig. $0,004 < \alpha$ 0,05 berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa tinggi rendahnya keputusan pembelian produk tisu paseo ditentukan oleh citra merek, *experiential marketing*, kepuasan konsumen, dan kualitas produk. Semakin tinggi citra merek, *experiential marketing*, kepuasan konsumen, dan kualitas produk maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian tisu paseo.

Kata kunci: citra merek, *experiential marketing*, kepuasan konsumen, kualitas produk, keputusan pembelian

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of brand image, experiential marketing, consumer satisfaction, and product quality on purchasing decisions for Paseo tissue. The data used is primary data obtained from distributing questionnaires to 97 consumers who purchased Paseo tissue products. Data analysis used multiple linear regression with the help of SPSS. The results of this research are brand image variables with t count 2.613 and sig. $0.010 < \alpha 0.05$ influences purchasing decisions. Experiential marketing with t count 2.510 and sig. $0.014 < \alpha 0.05$ influences purchasing decisions. Consumer satisfaction with t count 3.149 and sig. $0.002 < \alpha 0.05$ influences purchasing decisions. Product quality with t count 2.990 and sig. $0.004 < \alpha 0.05$ influences purchasing decisions. Therefore, it can be concluded that the high and low purchasing decisions for Paseo tissue products are determined by brand image, experiential marketing, consumer satisfaction and product quality. The higher the brand image, experiential marketing, consumer satisfaction and product quality, the greater the decision to purchase Paseo tissue.

Keywords: brand image, experiential marketing, consumer satisfaction, product quality, purchasing decisions