

**PENGARUH INOVASI PRODUK, *BRAND IMAGE*, DAN KEPERCAYAAN MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HAND AND BODY LOTION* MEREK CITRA  
DI KOTA PADANG**



**OLEH :**

**SISKA WIDIYANA**

**1910011211061**

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Jurusan Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**JURUSAN MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS BUNG HATTA**

**2023**

## HALAMAN PENGESAHAN

### PENGARUH INOVASI PRODUK, *BRAND IMAGE*, DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HAND AND BODY LOTION* MEREK CITRA DI KOTA PADANG

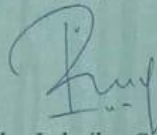
Oleh

Nama : Siska Widiyana

Npm : 1910011211061

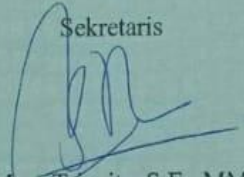
Tim Penguji

Ketua



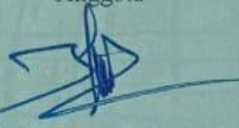
(Purbo Jadmiko, S.E., M.Sc)

Sekretaris



(Mery Prianita, S.E., MM)

Anggota



(Reni Yuliviona, S.E., M.M., Ph.D)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada tanggal 18 Agustus 2023

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bung Hatta

Dekah



(Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si)

**PENGARUH INOVASI PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN KEPERCAYAAN  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HAND AND BODY*  
*LOTION* MEREK CITRA DI KOTA PADANG**

Siska Widiyana

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi produk, brand image dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian hand and body lotion merek citra di Kota Padang. Sampel yang digunakan 80 responden. Teknik penarikan sampel adalah purposive sampling. Data diolah menggunakan Stata. Jenis data pada penelitian ini yaitu data kuantitatif. Sumber data yaitu data primer. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Inovasi Produk tidak berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian *hand and body lotion* merek Citra di Kota Padang, *Brand Image* berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian *hand and body lotion* merek Citra di Kota Padang, dan Kepercayaan Merek berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian *hand and body lotion* merek Citra di Kota Padang.

Kata kunci : Inovasi Produk, *Brand Image*, Kepercayaan Merek, dan Keputusan Pembelian

***THE INFLUENCE OF PRODUCT INNOVATION, BRAND IMAGE AND  
BRAND TRUST ON THE PURCHASE DECISION OF CITRA BRAND  
HAND AND BODY LOTION IN PADANG CITY***

Siska widiyana

*Management study program, faculty of economics and business, bung hatta university*

***ABSTRACT***

*This study aims to determine and analyze the influence of product innovation, brand image and brand trust on the decision to purchase hand and body lotion brand image in Padang City. The sample used was 80 respondents. The sampling technique is purposive sampling. Data is processed using Stata. The type of data in this study is quantitative data. The data source is primary data. The results of this Product Innovation has no positive effect on the Purchase Decision of Citra brand hand and body lotion in Padang City, Brand Image has a positive effect on Purchase Decision of Citra brand hand and body lotion Padang City, and brand trust has a positive effect on Purchase Decisions of hand and body lotion brand Citra in Padang City.*

*Keywords: Product Innovation, Brand Image, Brand Trust, and Purchase Decision.*

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN .....	i
ABSTRAK .....	ii
<i>ABSTRACT</i> .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II.....	10
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	10
2.1 Landasan Teori .....	10
2.1.1 Keputusan Pembelian .....	10
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	10
2.1.1.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	11
2.1.1.3 Tipe-Tipe Keputusan Pembelian.....	13
2.1.1.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	14
2.1.1.5 Indikator Keputusan Pembelian .....	16
2.1.2 Inovasi Produk .....	17
2.1.2.1 Pengertian Inovasi Produk .....	17
2.1.3 <i>Brand Image</i> .....	18
2.1.3.1 Pengertian <i>Brand Image</i> .....	18
2.1.4 Kepercayaan Merek .....	19
2.1.4.1 Pengertian Kepercayaan Merek .....	19
2.2 Pengembangan Hipotesis .....	21
2.2.1 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	21

2.2.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	22
2.2.3 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	22
2.3 Kerangka Konseptual .....	23
BAB III .....	24
METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Objek Penelitian .....	24
3.2 Populasi dan Sampel .....	24
3.2.1 Populasi .....	24
3.2.2 Sampel .....	24
3.3 Teknik Pengumpulan Sampel .....	25
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.4.1 Jenis dan Sumber Data .....	26
3.5 Definisi Operasional Variabel dan Indikator Variabel.....	26
3.6 Pengukuran Instrumen .....	29
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	30
3.8 Teknik Analisis Data.....	31
3.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda .....	32
3.9 Pengujian Hipotesis.....	33
3.9.1 Uji t-Statistik.....	33
BAB IV .....	34
ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN .....	34
4.1 Prosedur Pengambilan Sampel.....	34
4.1.1 Deskriptif Responden Berdasarkan Umur, Pendidikan, dan Pekerjaan .....	35
4.2 Pengujian Instrumen Penelitian.....	36
4.2.1 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	36
4.3 Analisis Statistik Deskriptif .....	39
4.4 Pengujian Hipotesis.....	42
4.5 Pembahasan.....	43
4.5.1 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	43
4.5.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	44
4.5.3 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	45

BAB V .....	47
PENUTUP.....	47
5.1 Kesimpulan.....	47
5.2 Implikasi Penelitian.....	47
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	49
5.4 Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA .....	50
LAMPIRAN.....	55

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index (TBI) Kategori Perawatan Pribadi Produk <i>Hand and Body Lotion</i> Tahun 2018-2022 .....	3
Tabel 1. 2 Data Survei Awal Keputusan Pembelian <i>Hand and Body Lotion</i> Merek Citra di Kota Padang.....	4
Tabel 3. 1 Pengukuran Instrumen .....	29
Tabel 3. 2 Kriteria Muatan Faktor Berdasarkan Jumlah Sampel.....	31
Tabel 4. 1 Prosedur Pengambilan Sampel .....	34
Tabel 4. 2 Profil Responden.....	35
Tabel 4. 3 Rangkuman Hasil Pengujian Validitas Instrumen Variabel .....	37
Tabel 4. 4 Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif.....	39
Tabel 4. 5 Hasil Pengujian Hipotesis .....	42



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	23
--------------------------------------	----