



**PENGARUH ASOSIASI MEREK DAN KEPUTUSAN  
PEMBELIAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
LULUR MANDI PURBASARI PADA MAHASISWI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS  
EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER**

INFLUENCE OF BRAND ASSOCIATION AND PURCHASING DECISION  
TOWARD LOYALTY OF PURBASARI BATH SCRUB CUSTOMER ON  
STUDENT OF MANAGEMENT STUDIES PROGRAM FACULTY OF  
ECONOMICS JEMBER UNIVERSITY

**SKRIPSI**

Oleh  
Rittoh Mafidayana  
NIM.100810201223

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2013**



**PENGARUH ASOSIASI MEREK DAN KEPUTUSAN  
PEMBELIAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
LULUR MANDI PURBASARI PADA MAHASISWI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS  
EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER**

INFLUENCE OF BRAND ASSOCIATION AND PURCHASING DECISION  
TOWARD LOYALTY OF PURBASARI BATH SCRUB CUSTOMER ON  
STUDENT OF MANAGEMENT STUDIES PROGRAM FACULTY OF  
ECONOMICS JEMBER UNIVERSITY

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Oleh

Rittoh Mafidayana

NIM.100810201223

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2013**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN ASIONAL**  
**UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI**  
**SURAT PERNYATAAN**

Nama : Rittoh Mafidayana  
NIM : 100810201223  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Asosiasi Merek Dan Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Pelanggan Lulur Mandi Purbasari Pada Mahasiswi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat Adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikin pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya-benarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember 20 Mei 2013

Yang menyatakan,

Rittoh Mafidayana

NIM : 100810201223

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Asosiasi Merek dan Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Pelanggan Lulur Mandi Purbasari Pada Mahasiswi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Nama Mahasiswa : Rittoh Mafidayana

NIM : 100810201223

Jurusan : MANAJEMEN

Kosentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si.  
NIP. 19730908 200003 2 001

H. N. Ari Subagiyo, SE, M.Si  
NIP. 197431109 20003 001

Ketua Jurusan

Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, M. Si.  
NIP. 19661020 1990002 2 001

**JUDUL SKRIPSI**

**PENGARUH ASOSIASI MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN LULUR MANDI PURBASARI  
PADA MAHASISWI PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS  
EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

**Nama : Rittoh Mafidayana**

**NIM : 100810201223**

**Jurusan : Manajemen**

Telah dipertahankan didepan panitia penguji pada tanggal :

30 Mei 2013

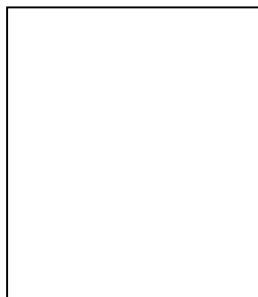
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

**SUSUNAN TIM PENGUJI**

**Ketua : Dr. Hj. Diah Yulisetiari, M.Si : (.....)**  
**NIP 19610729 198603 2 001**

**Sekretaris : Dr. M. Dimyati, SE, M.Si : (.....)**  
**NIP 19670421 199403 1 008**

**Anggota : Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si : (.....)**  
**NIP 19730908 200003 2 001**



Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Jember

Dr. M. Fathorrazi, M.Si  
NIP. 196306141990021001

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- ❖ Ibuku tercinta, yang selalu dengan tulus menyayangiku, membesarkanku, mendidikku, dan memberikan semangat untukku serta selalu mendoakan yang terbaik untukku.
- ❖ Papaku tersayang, terima kasih atas kasih sayang, bimbingan, motivasi dan dukungan doa yang selama ini engkau curahkan untuk masa depanku.
- ❖ Keluarga besarku, terimakasih untuk semua motivasi dan dukungannya.
- ❖ Dan Almamaterku tercinta tempat aku menimba ilmu, Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

## MOTTO

Berangkat dengan penuh keyakinan  
Berjalan dengan penuh keikhlasan  
Istiqomah dalam menghadapi cobaan.

"Hai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan shalatmu Sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar".  
(Al-Baqarah: 153)

Musuh yang paling berbahaya di atas dunia ini adalah penakut dan bimbang. Teman yang paling setia, hanyalah keberanian dan keyakinan yang teguh.  
(Andrew Jackso)

Mereka berkata bahwa setiap orang membutuhkan tiga hal yang akan membuat mereka berbahagia di dunia ini, yaitu; seseorang untuk dicintai, sesuatu untuk dilakukan, dan sesuatu untuk diharapkan.  
(Tom Bodett)

## RINGKASAN

**“Pengaruh Asosiasi Merek dan Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Pelanggan Lulur Mandi Purbasari Pada Mahasiswi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember; Rittoh Mafidayana; 100810201223 ; 2013 ; 80 halaman ; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.**

Persaingan dalam industri produk perawatan tubuh, khususnya produk lulur mandi mengalami perkembangan yang cukup pesat. Persaingan tersebut dapat dilihat dari banyaknya jenis produk lulur mandi yang ditawarkan oleh produsen, terlebih saat ini bukan hanya wanita sebagai konsumen produk tersebut tetapi juga konsumen pria yang mulai terbiasa menggunakan lulur mandi. Lulur mandi merupakan produk yang fungsinya cukup penting dalam menjaga penampilan, yaitu menjaga kelembapan kulit, mengangkat sel-sel kulit yang mati, serta menghaluskan kulit. Asosiasi merek memiliki pengaruh terhadap pembelian karena asosiasi merek dapat membantu konsumen dalam menyeleksi merek dan melakukan evaluasi pasca pembelian, sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Selain itu asosiasi merek dapat menciptakan sikap atau perasaan positif, dengan perasaan positif tersebut maka muncul loyalitas dalam diri konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis apakah asosiasi merek berpengaruh terhadap loyalitas serta apakah keputusan pembelian berpengaruh terhadap loyalitas produk lulur mandi Purbasari.

Penelitian ini merupakan penelitian penjelasan (*explanatory research*). Populasi dari penelitian ini Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember. Jumlah populasi yang dijadikan dasar pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah 432 Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang diambil mulai angkatan 2009-2011 sehingga Sampel yang terpilih sebanyak 90 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Metode analisis data menggunakan yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan pendekatan konfirmatori. yaitu untuk mengetahui besarnya pengaruh dari beberapa variabel. Dengan melakukan perhitungan-perhitungan menurut metode penelitian kuantitatif dengan analisis teknik konfirmatori dengan menggunakan program Amos.

Penelitian ini memperoleh hasil dan kesimpulan bahwa Asosiasi merek memberikan hasil yang signifikan terhadap loyalitas serta keputusan pembelian juga memberikan hasil yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan produk lulur mandi Purbasari. Hal ini mengindikasikan jika asosiasi merek semakin meningkat, maka akan meningkatkan loyalitas pengguna Lulur Mandi Purbasari serta jika keputusan pembelian semakin meningkat, maka juga akan meningkatkan loyalitas pengguna Lulur Mandi Purbasari.



## *SUMMARY*

**“influence Of Brand Association And Purchasing Decision Toward Loyalty Of Purbasari Bath Scurb Customer On Student Of Management Studies Program Faculty Of Economics Jember University”**; Ritttoh Mafidayana; 100810201223 ; 2013 ; 80 pages ; Management Departement Faculty of Economics Jember University.

Competition within the industry of body care products, especially bath scrub product, has developed quite rapidly. The competition can be seen from many kinds of bath scrub products offered by manufacturers, especially today it's not only women as consumers of the product but also the male. Consumers are getting used to use bath scrubs, bath scrub is a product whose function is important in keeping up appearances, which keep the skin moist, exfoliate dead skin cells, and smooth the skin. Brand association has an influence on the purchase because the brand association can a help consumers in selecting the brand and doing a post purchase decision. In addition, the brand association can create attitude or positive feelings, with the positive feelings in appears the loyalty within the consumer. This study aims to identify and analyze whether the brand association influences the loyalty and whether the purchasing decision influences the loyalty of Purbasari bath scrub product.

This study is an explanatory research. The populatin of this study is students of Management Studies Program Faculty of Economics Jember University. Total population as the basis of sampling in this study is 432 Students of Management Studies Program Faculty of Economics Jember University which taken from 2009 to 2011 academic year, so that the selected sample is 90 respondents, the sampling method used is purposive sampling. Data analysis method used is multiple linier regression analysis with a confirmatory approach, which is to determine the influence of several variables then, it is done the calculations according to quantitative research method with techniques confirmatory analysis using AMOS program.

The result and conclusions of the study is the brand association provides significant result on loyalty and purchasing decision. It also provides significant result on customer loyalty of Purbasari bath scrub product. This indicated of the brand association increases, it will increase the loyalty of Purbasari bath scurb consumer and if the purchasing decision increases, it also will increase the loyalty of Purbasari bath scrub consumer.

## **PRAKATA**

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas segala rahmat, hidayah dan karuniaNya yang diberikan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Analisis Asosiasi Merek Dan Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Pelanggan Lulur Mandi Purbasari Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan ini masih sangat banyak kekurangan yang disebabkan karena keterbatasan daripada kemampuan penulis, tetapi berkat pertolongan Allah SWT serta dorongan semangat dari semua pihak, akhirnya penulisan Skripsi ini mampu terselesaikan. Dalam Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Dr. M. Fathorrazi, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember
- b. Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- c. Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah banyak memberikan dorongan semangat, bimbingan, pengarahan, saran serta telah meluangkan waktu sehingga Skripsi ini mampu terselesaikan.
- d. H. N. Ari Subagio, SE, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah banyak memberikan dorongan semangat, bimbingan, pengarahan, saran serta telah meluangkan waktu sehingga Skripsi ini mampu terselesaikan.
- e. Seluruh Dosen dan Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- f. Kedua orang tuaku Bapak Mansur dan Ibu Alviya tercinta dan tersayang, yang selalu dengan tulus menyayangiku, membesarkanku, mendidikku, dan memberikan semangat untukku serta selalu mendoakan yang terbaik untukku.

- g. My Boy friend thanks untuk kasih sayang, perhatian, motivasi dan dukungannya selama ini.
- h. Sahabat-sahabatku tercinta D'Unyuk (Tita, Tyties, Caca). Terimakasih atas kebersamaan, kasih sayang, dukungan doa, perhatian dan bantuannya yang telah diberikan untuk penulis selama ini.
- i. Sahabat-sahabat kepompongu (Nia, Tyties, Nana, Via, Linda) kebaikan dan kasih sayang kalian akan tetap selalu kukenang.
- j. Seluruh teman-teman kost jawa 4 no.7a terimakasih atas kebersamaanya selama ini, kasih sayang, dukungan doa, perhatian dan bantuannya yang telah diberikan untuk penulis selama ini.
- k. Seluruh teman-teman alih jenjang Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- l. Semua pihak yang telah banyak membantu memberikan bantuan dan dorongan semangat yang tidak dapat disebut satu persatu. Terimakasih sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga Allah SWT selalu memberikan Hidayah dan Rahmat kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis sadar akan keterbatasan dan kurang sempurnanya penulisan Skripsi ini, oleh karena itu segala saran dan kritik yang bersifat akan sangat penulis harapkan. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan bagi yang membacanya.

Jember, Mei 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>MOTTO</b> .....	vii
<b>RINGKASAN</b> .....	viii
<b>SUMMARY</b> .....	ix
<b>PRAKATA</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
2.1 Tinjauan Teori.....	8
2.1.1 Merek .....	7
2.1.2 Asosiasi Merek .....	11
2.1.3 Citra Merek .....	14
2.1.4 Keputusan Pembelian .....	16
2.1.3 Loyalitas.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu .....	19

2.3 Kerangka Konseptual .....	23
2.4 Hipotesis .....	24
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>25</b>
3.1 Rancangan Penelitian.....	25
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	25
3.7.1 Populasi .....	25
3.7.2 Sampel .....	25
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	27
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	27
3.5 Identifikasi Variabel Penelitian .....	28
3.6 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel.....	28
3.7.1 Definisi Operasional Variabel .....	27
3.7.2 Skala Pengukuran Variabel .....	29
3.7 Uji Instrumen .....	30
3.7.1 Uji Validitas .....	30
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	30
3.8 Metode Analisis Data.....	31
3.8.1 Uji Asumsi Model.....	31
3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda dengan Pendekatan Konfirmatori.....	32
3.9 Kerangka Pemecahan Masalah .....	38
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	40
4.1.1 Gambaran Umum Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.....	40
4.1.2 Struktur Organisasi Gambaran Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas.....	41
4.1.3 Gambaran Umum Mahasiswi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember .....	43

4.1.4	Gambaran Umum Lulur Mandi Purbasari .....	43
4.1.5	Karakteristik Responden.....	45
4.1.6	Deskripsi Statistik Data atau Variabel Penelitian .....	47
4.1.7	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	49
4.1.7.1	Hasil Uji Validitas .....	49
4.1.7.2	Hasil Uji Reliabilitas .....	49
4.1.8	Hasil Metode Analisis Data .....	50
4.1.8.1	Uji Asumsi Model .....	50
4.1.8.2	Analisis Regresi dengan Pendekatan Konfirmatori	51
4.2	Pembahasan .....	53
4.2.1	Pengaruh Asosiasi Merek terhadap Loyalitas Produk Lulur Mandi Purbasari .....	54
4.2.2	Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Produk Lulur Mandi Purbasari.....	54
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>57</b>
5.1	Kesimpulan .....	57
5.2	Saran .....	57
5.3	Keterbatasan .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		
<b>LAMPIRAN .....</b>		

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
1.1 Tabel 1.1 <i>Top Brand Award</i> Lulur Kecantikan 2011.....	5
2.1 Penyajian Rangkuman Penelitian Sebelumnya .....	21
3.1 Jumlah Mahasiswi Program Studi Manajemen .....	25
3.2 Uji Kesesuaian Model .....	37
4.1 Usia Responden.....	46
4.2 Tahun Ajaran .....	46
4.3 Frekuensi Pemakaian .....	46
4.4 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian Asosiasi Merek .....	47
4.5 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian Keputusan Pembelian .....	47
4.6 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian Loyalitas .....	48
4.7 Hasil Uji Validitas.....	49
4.8 Hasil Uji Reliabilitas .....	49
4.9 Indeks Kesesuaian Regresi dengan Pendekatan <i>Confirmatory</i> .....	51
4.10 Hasil Uji Regresi dengan Pendekatan <i>Confirmatory</i> .....	53

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
2.1 Kerangka Konseptual Penelitian .....	23
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah .....	38
2.1 Struktur Organisasi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember Konseptual Penelitian .....	42
4.1 Hasil Analisis Regresi <i>Confirmatory</i> .....	52



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian .....	61
Lampiran 2. Data Responden .....	65
Lampiran 3. Rekapitulasi Jawaban Responden.....	67
Lampiran 4. Frekuensi Jawaban Responden.....	69
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas .....	72
Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas .....	73
Lampiran 8. Hasil Analisis Regresi <i>Confirmatory</i> .....	74