

**PENGARUH PRESEPSI KUALITAS PRODUK DAN DAYA TARIK IKLAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LIPCREAM MAKE
OVER PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

YUNIAR ANASTI PUTRI

210701054

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK

GRESIK

2025

i

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunia, hidayah, dan kenikmatan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “ **Pengaruh Presepsi Kualitas produk Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipcream *Make over* Pada Mahasiswa Univertas Muhammadiyah Gresik** ” dengan lancar, tanpa kendala suatu apapun. Penulisan Proposal Penelitian ini merupakan suatu pengalaman yang berharga bagi penulis dan semoga akan mendatangkan kebermaknaan yang melimpah bagi penulis, pembaca, dan dunia akademik. Karya berupa skripsi ini terwujud berkat motivasi, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Awang Setiawan Wicaksono, S. Psi., M. Psi., selaku Dekan Fakultas Psikologi.
2. Ibu Prianggi Amelasasih, S.Psi., M.Si., selaku Ketua Program Studi Psikologi.
3. Ibu Dr. Asri Rejeki, MM., Psikolog. Selaku pembimbing dalam penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Presepsi Kualitas Produk Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk lipcream *makeover* Pada Mahasiswa Univertas Muhammadiyah Gresik”.
4. Ibu Asti Candrasasi C.P.,M.Psi.,Psikolog. Selaku pembimbing dalam penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Presepsi Kualitas Produk Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembeli Produk lipcream *makeover* Pada Mahasiswa Univertas Muhammadiyah Gresik”.
5. Kedua orang tua saya yang hebat yang selalu menjadi penyemangat saya sebagai sandaran terkuat dari kerasanya dunia. Yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan saya, terimakasih untuk semua do’a dan dukungan mama dan papa saya bisa berada di titik ini. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi dan harus selalu ada disetiap perjalanan dan pencapaian hidup saya.
6. Kepada kedua kakak tercinta saya Vikmanda Aditya Pratama dan Muhammad Afif Dwiyanto, yang selalu ada disaat saya membutuhkan, yang membuat saya semangat dalam mengerjakan Skirpsi ini hingga sampai di titik ini. Terimakasih atas waktu, materi, dan

semua yang telah diberikan kepada adik bungsu ini.

7. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Muhammad Thoriq Ez zaman. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga maupun waktu kepada penulis. Telah mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah, dan memberikan semangat untuk pantang menyerah.
8. Kepada sahabat –sahabat saya tercinta. Salsabila Zahrani, Sherlia Amanda, Natania Anggraini, Adinda Putri R , Deah Dwi M, Salsi Nabila T, Radhina Maryam, Laras hartanti, Jihan Nazila S, dan Dinda Surya A. Yang telah memberikan dukungan dan memberikan saya semangat untuk tetap semangat dalam mengerjakan skripsi saya.
9. Begitu juga tak kalah pentingnya teman-teman HIMPASI Javaniar Nabila putri, Mirza Istigfar, Adelia Rahmawati, Nurul Hidayah, dan Aulia Azzarah yang telah berjuang bersama saya hingga detik ini, terimakasih atas sedih, senang, duka dan segala hal yang telah kita lalui bersama-sama selama ini, semoga kalian sehat selalu dan sukses dimasa depan.
10. Teman-teman mahasiswa utamanya dari program Studi Psikologi Universitas Muhammadiyah Gresik atas dukungan dan kerjasamanya selama menempuh pendidikan serta penyelesaian penyusunan skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu memberikan pemikiran demi kelancaran dan keberhasilan penyusunan skripsi ini.
12. Terakhir, kepada diri saya sendiri. Yuniar Anasti Putri atas segala kerja keras dan semangatnya yang tetap bertahan dari awal hingga akhir sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini. Semoga saya tetap rendah hati, karena ini baru awal dari semuanya.

Penulis menyadari bahwa Penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis berterima kasih kepada para pembaca yang berkenan memberikan kritik dan saran yang membangun.

Gresik, 3 Oktober 2024

Penulis,

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Motto	iv
Halaman Persembahan.....	v
Pernyataan Keaslian Skripsi.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Rumus	xv
Daftar Lampiran.....	xvi
Abstrak.....	xvii
<i>Abstract</i>	xviii

BAB I : PENDAHULUAN

12.1.....	Latar
Belakang.....	1
12.2.....	Identif
ikasi Masalah	8
12.3.....	Bataa
n Masalah	12
12.4.....	Rums
an Masalah	12
12.5.....	Tujua
n Penelitian	13
12.6.....	Manfa
t Penelitian	13
1.5.1 Manfaat Teoritis	13
1.5.2 Manfaat Praktis	13

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

2.1 Keputusan Pembelian	15
2.1.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	15

2.1.2 Aspek-Aspek Keputusan Pembelian	16
2.1.3 Proses Keputusan Pembelian	16
2.1.4 Indikator – Indikator Keputusan Pembelian	18
2.1.5 Faktor- faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	18
2.2 Persepsi Kualitas Produk	20
2.2.1 Definisi Persepsi Kualitas Produk.....	20
2.2.2 Aspek – Aspek Persepsi Kualitas Produk	22
2.2.3 Indikator Persepsi Kualitas Produk	22
2.2.4 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	23
2.3 Daya Tarik	23
2.3.1 Definisi Daya Tarik Iklan.....	23
2.3.2 Aspek -Aspek Daya Tarik Iklan.....	24
2.3.3 Indikator Daya Tarik Iklan.....	25
2.4 Hubungan Antar Variabel	25
2.4.1 Hubungan Persepsi Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian.....	25
2.4.2 Hubungan Daya Tarik dan Keputusan Pembelian	25
2.4.3 Hubungan persepsi kualitas produk dan daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian.....	26
2.5 Kerangka Konseptual.....	26
2.6 Hipotesis.....	26
BAB III : METODE PENELITIAN	
3.1 Tipe Penelitian.....	28
3.2 Identifikasi Variabel	28
3.3 Definisi Operasional	28
3.3.1 Keputusan Pembelian	29
3.3.2 Presepsi Kualitas Produk	29
3.3.3 Daya Tarik Iklan.....	30
3.4 Populasi Data Teknik Sampling.....	30
3.4.1 Populasi	30
3.4.2 Sampel.....	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data	32
3.5.1 Skala Persepsi Kualitas Produk	33
3.5.2 Skala Daya Tarik Iklan	33

3.5.3 Skala Keputusan Pembelian.....	34
3.6 Validitas dan Reliabilitas	35
3.6.1 Validitas.....	35
3.6.2 Reliabilitas.....	35
3.7 Teknik Analisis Data.....	36
3.7.1 Uji Asumsi.....	36
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian Umum Penelitian.....	39
4.1.1 Profil Universitas Muhammadiyah Gresik.....	39
4.1.2 Visi, Misi, dan Tujuan Universitas Muhammadiyah Gresik.....	39
4.1.3 Persiapan Penelitian.....	40
4.1.4 Hambatan dalam Proses Penelitian	40
4.1.5 Subjek Penelitian	41
4.2 Hasil Pengukuran Validitas dan Reliabilitas	41
4.2.1 Hasil Uji Validitas	41
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	43
4.3 Hasil Uji Asumsi dan Hipotesis	44
4.3.1 Uji Normalitas	44
4.3.2 Uji Linearitas.....	44
4.3.3 Uji Multikolinearitas.....	45
4.3.4 Uji Heteroskedastisitas	45
4.4 Uji Hipotesis.....	46
4.5 Kategorisasi Norma	49
4.6 Pembahasan	51
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Saran.....	57
5.2.1 Bagi Mahasiswa.....	57
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	57
5.2.3 Bagi Perusahaan	57
Daftar Pustaka.....	59
Lampiran.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Wawancara Keputusan Pembelian	4
Tabel 1. 2 Hasil Wawancara Presepsi Kualitas Produk	8
Tabel 1. 3 Hasil Wawancara Daya Tarik Iklan	10
Tabel 3. 1 Populasi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik	30
Tabel 3. 2 Skoring Alat Ukur	32
Tabel 3. 3 Blueprint Presepsi Kualitas Produk	33
Tabel 3. 4 Blueprint Skala Daya Tarik Iklan	34
Tabel 3. 5 Blueprint Skala Keputusan Pembelian	34
Tabel 4. 1 Subjek Penelitian.....	41
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Skala Keputusan Pembelian	42
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Skala Kualitas Produk.....	42
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Skala Daya Tarik Iklan.....	42
Tabel 4. 5 Uji Reliabilitas Skala Keputusan Pembelian.....	43
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas Skala Kualitas Produk.....	43
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas Skala Daya Tarik Iklan	44
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas.....	44
Tabel 4. 9 Hasil Uji Linearitas	44
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas	45
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	45
Tabel 4. 12 Hasil Anova.....	46
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Regresi.....	46
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Derteminasi.....	47
Tabel 4. 15 Norma Kategori.....	49
Tabel 4. 16 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	49
Tabel 4. 17 Kategorisasi Norma Skor Keputusan Pembelian	50
Tabel 4. 18 Kategorisasi Norma Skor Keputusan Pembelian Prespsi Kualitas Produk.....	50
Tabel 4. 19 Kategorisasi Norma Skor Daya Tarik Iklan	51
Tabel 4. 20 Item Keputusan Pembelian yang Paling Banyak Dipilih Responden.....	53
Tabel 4. 21 Item Kualitas Produk yang Paling Banyak Dipilih Responden	54
Tabel 4. 22 Item Daya Tarik Iklan yang Paling Banyak Dipilih Responden.....	54

Tabel 4. 23 Item Keputusan Pembelian Paling Sedikit Dipilih.....	55
Tabel 4. 24 Item Kualitas Produk Paling Banyak Dipilih.....	55
Tabel 4. 25 Item Daya Tarik Iklan Paling Sedikit Dipilih	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik penjualan lipcream Make over 2023. *Sumber : data*.....3

Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual.....26



DAFTAR RUMUS

Rumus 1 : Sampel Solvin.....	31
------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Uji Plagiasi	62
Lampiran 2 : Izin Penelitian	63
Lampiran 3 : Kuesioner Penelitian	65
Lampiran 4 : Tabulasi Dara Variabel X1 (Persepsi Kualitas Produk).....	69
Lampiran 5 : Tabulasi Data Variabel X2 (Daya Tarik Iklan).....	78
Lampiran 6 : Tabulasi Data Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	87
Lampiran 7 : Surat Persetujuan Expert Judgment.....	96
Lampiran 8 : Uji Validitas Skala Variabel.....	98
Lampiran 9 : Uji Reliabilitas	100
Lampiran 10 : Uji Normalitas	101
Lampiran 11 : Uji Linearitas	102
Lampiran 12 : Uji Multikolinearitas.....	103
Lampiran 13 : Uji Heteroskedastisitas.....	104
Lampiran 14 : Uji Hipotesis.....	105
Lampiran 15 : Tabel Frekuensi Keputusan Pembelian	106
Lampiran 16 : Tabel Frekuensi Prespsi Kualitas Produk.....	110
Lampiran 17 : Tabel Frekuensi Daya Tarik Iklan.....	115
Lampiran 18 : Kartu Bimbingan	118
Lampiran 19 : FotoProduk Lipcream <i>Make over</i>	115

