

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HAND SANITIZER*  
SANITER PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KOTA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**DISUSUN OLEH :**

**ANDREAS D P GIRSANG**

**11180609**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2022**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HAND SANITIZER*  
SANITER PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KOTA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Manajemen (S1)**



**DISUSUN OLEH :**

**ANDREAS D P GIRSANG**

**11180609**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2022**

**HALAMAN PENGAJUAN SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen



**DI SUSUN OLEH :**

**ANDREAS D P GIRSANG**

**11180609**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2022**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

---

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andreas D P Girsang  
NIM : 11180609  
Program studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HAND SANITIZER* SANITER PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KOTA YOGYAKARTA”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta  
Pada Tanggal : 01 November 2022

Yang menyatakan



Andreas D P Girsang  
NIM.11180609

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul :

**“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HAND SANITIZER* SANITER PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KOTA YOGYAKARTA”**

Telah diajukan dan pertahankan oleh :

**ANDREAS D P GIRSANG**

**11180609**

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk menerima salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada tanggal 16 Agustus 2022

<b>NAMA DOSEN</b>	<b>TANDA TANGAN</b>
1. <b>Jonathan Herdioko S.E., MM</b> (Ketua Tim Penguji)	: 
2. <b>Dr. Singgih Santoso, MM</b> (Dosen Penguji)	: 
3. <b>Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., MM</b> (Dosen Penguji/Dosen Pembimbing)	: 

Yogyakarta, 16 Agustus 2022

Disahkan oleh :

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Perminas Pangeran, M.Si



Drs. Sisnuhadi, MBA, Ph.D

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

**“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HAND SANITIZER*  
SANITER PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KOTA  
YOGYAKARTA”.**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studimanajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau Instansi mana pun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya akan bersedia dikenakan sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 28 Juli 2022



Andreas D P Girsang

11180609

## HALAMAN MOTTO

“Lihat ke atas untuk memotivasi, lihat ke bawah untuk bersyukur”

**(Unknown)**

“Habonaran do Bona”

**(Pepatah Batak)**

“Di mana ada kebenaran di situ akan tumbuh damai sejahtera, dan akibat kebenaran ialah ketenangan dan ketenteraman untuk selama-lamanya”

**(Yesaya 32:17)**

“Hidup bergerak sangat cepat. Jika kamu tidak berhenti dan melihat-lihat sesekali, kamu bisa melewatkannya”

**(Bueller Day Off)**

“Harapan adalah satu-satunya hal yang lebih kuat dari ketakutan. Sedikit harapan itu efektif. Banyak harapan berbahaya. Percikan tidak masalah, selama masih ada”

**(The Hunger Games)**

DUTA WACANA

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Orangtua yang saya sayang yang selalu mendukung saya baik secara moril dan materiil, dan memberi semangat dan kasih sayang selama proses skripsi saya hingga selesai.
2. Kakak saya Ade Monalisa dan adik saya Viola yang selalu memberi semangat dan doa kepada saya dalam menyelesaikan skripsi saya ini.
3. Teman-teman, dan sahabat dekat yang ada buat saya di saat susah dan senang dan yang membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini bersama-sama dengan teman seperjuangan skripsi saya. Terimakasih Sahabat!
4. Dosen pembimbing saya Ibu Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., Dipl. Secr, M.M. yang bersabar membimbing saya dan mengerti situasi saya dengan baik dan bijaksana dalam mengarahkan saya mengerjakan skripsi ini. Terimakasih banyak, bu!
5. Segenap *civitas* akademis kampus Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, staf pengajar, karyawan, dan seluruh mahasiswa semoga tetap semangat dalam beraktivitas mengisi hari-harinya di kampus Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.

Adapun judul skripsi ini adalah “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Hand Sanitizer* Saniter Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Yogyakarta”. Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orangtua, yakni Ayah Maren Girsang dan Ibu Kartini Ginting yang telah membesarkan peneliti dengan segala kekuatan luar biasa yang tidak dapat terbalas, peneliti mengucapkan terima kasih dengan tulus, ikhlas, dan tak terhingga kepada kedua orangtua peneliti. Pada Kesempatan kali ini peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., Dipl. Secr, M.M. Selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu memberikan dukungan serta pengarahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Teman – teman saya yang terkasih yang selalu bersedia membantu, menemani dan mengisi masa kuliah saya di Yogyakarta dan selalu ada saat saya butuhkan, dan selalu memberikan semangat kepada saya.
3. Responden yang telah banyak membantu dalam meluangkan waktu dan usaha mengisi data yang mendukung keberlangsungan penelitian ini.
4. Semua pihak yang telah membantu serta memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan saran dan kritik yang dapat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 28 Juli 2022



Andreas D P Girsang

11180609

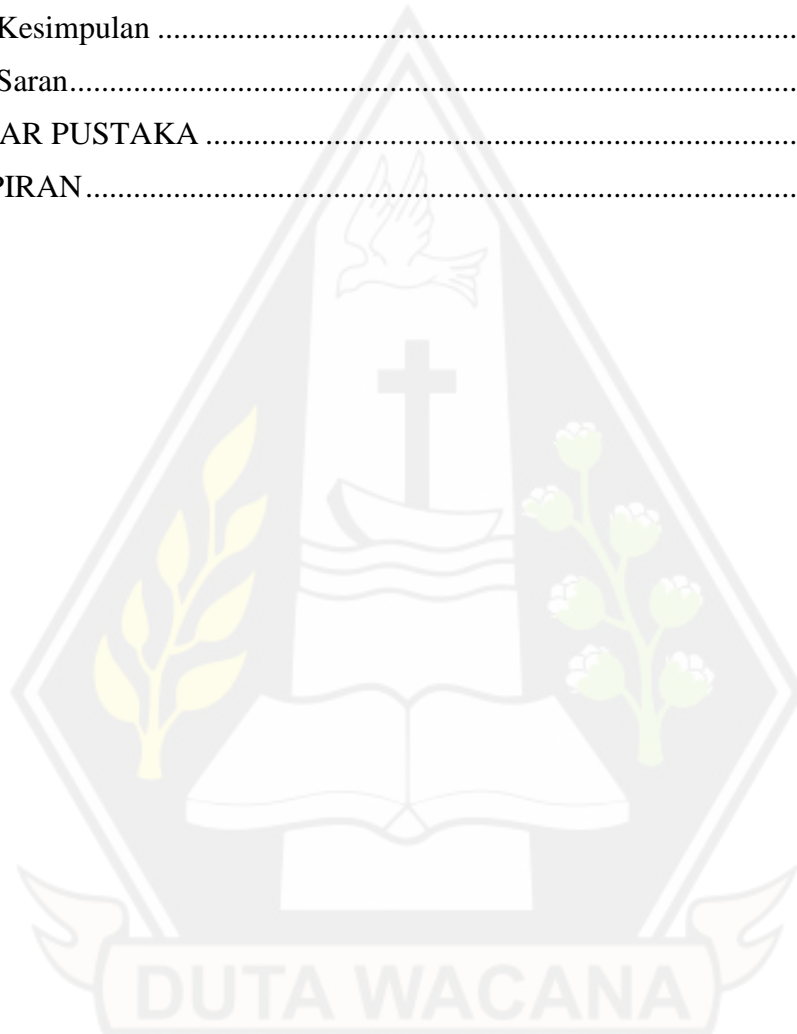


## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGAJUAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK .....	xv
<i>ABSTRACT</i> .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.4.1 Bagi Peneliti .....	8
1.4.2 Bagi Perusahaan .....	8
1.4.3 Bagi Akademik.....	8
1.5 Batasan Penelitian .....	8
BAB II LANDASAN TEORI .....	10
2.1 Persepsi Harga.....	10
2.2 Kualitas Produk.....	16
2.3 Citra Merek .....	20
2.4 Keputusan Pembelian.....	24
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	31
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	33
2.2 Pengembangan Hipotesis .....	33
2.2.1 Pengaruh persepsi harga terhadap Keputusan Pembelian.....	33

2.2.2 Pengaruh kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian .....	34
2.2.3 Pengaruh citra merek terhadap Keputusan Pembelian.....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
3.1 Data dan Sumber .....	37
3.1.1 Metode Pengumpulan Data .....	37
3.2 Definisi Variabel dan Pengukurannya .....	38
3.2.1 Variabel Bebas (X).....	38
3.2.2 Variabel Terikat (Y).....	38
3.2.3 Pengukuran Variabel.....	38
3.2.4 Definisi Operasional.....	39
3.3 Bentuk Penelitian .....	40
3.3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	41
3.4 Populasi dan Sampel .....	41
3.4.1 Populasi .....	41
3.4.2 Sampel.....	41
3.5 Uji Instrumen Penelitian .....	42
3.5.1 Uji Validitas .....	42
3.5.2 Uji Realibilitas.....	43
3.5.3 Uji Hipotesis .....	43
<b>BAB IV Hasil dan Pembahasan .....</b>	<b>47</b>
4.1 Uji Instrumen Penelitian .....	47
4.1.1 Uji Validitas .....	47
4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	49
4.2 Karakteristik Responden .....	51
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender .....	52
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	53
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	54
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per bulan .....	55
4.3 Uji Hipotesis .....	56
4.3.1 Analisis Regresi Berganda .....	56
4.3.2 Koefisien Determinasi ( $r^2$ ).....	59
4.3.3 Uji F .....	59
4.3.4 Uji t .....	60

4.4 Pembahasan Hasil .....	62
4.5.1 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Hand Sanitizer</i> Saniter di Kota Yogyakarta.....	62
4.5.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Hand Sanitizer</i> Saniter di Kota Yogyakarta.....	63
4.5.3 Pengaruh Cita Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Hand Sanitizer</i> Saniter di Kota Yogyakarta.....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
5.1 Kesimpulan .....	66
5.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA .....	69
LAMPIRAN.....	71



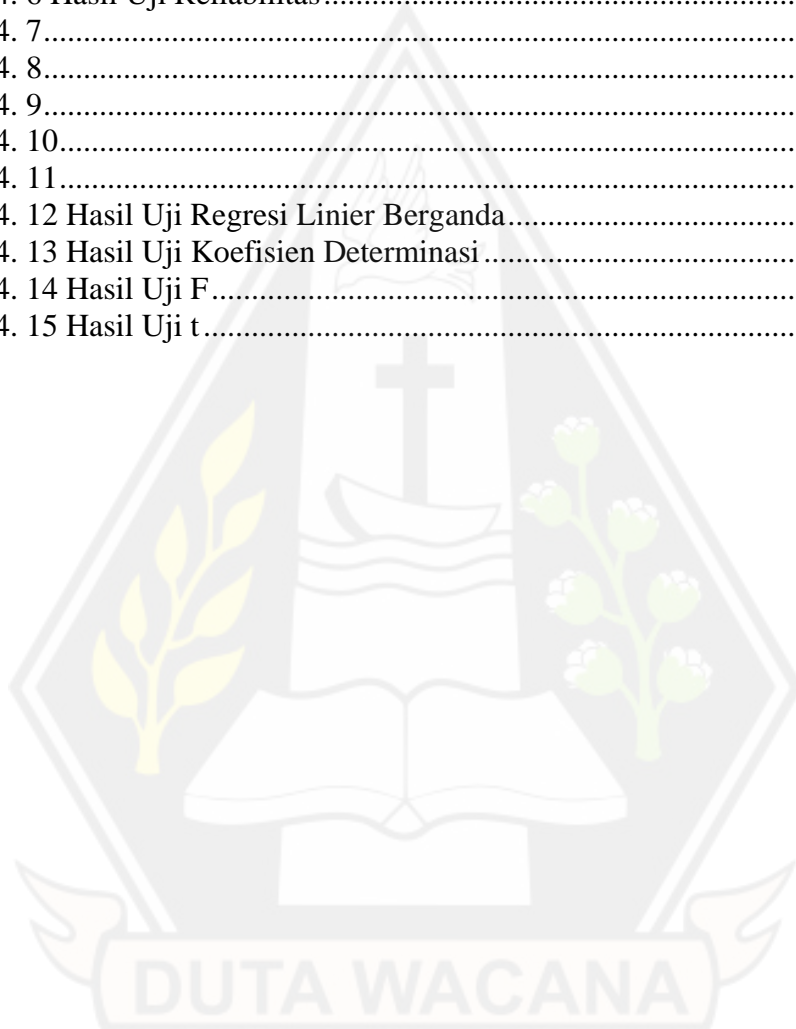
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Lonjakan Permintaan Produk Kesehatan .....	2
Gambar 1. 2 Peralatan yang selalu dibawa masyarakat ketika berpergian .....	3
Gambar 1. 3 Produk paling laku saat Pandemi .....	4
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian .....	36



## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional .....	39
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Harga.....	50
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk .....	50
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek .....	50
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian .....	51
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas .....	51
Tabel 4. 7.....	52
Tabel 4. 8.....	52
Tabel 4. 9.....	54
Tabel 4. 10.....	54
Tabel 4. 11.....	55
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	56
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	59
Tabel 4. 14 Hasil Uji F.....	60
Tabel 4. 15 Hasil Uji t.....	60



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisiner Penelitian.....	71
Lampiran 2 Uji Validitas & Reliabilitas .....	95
Lampiran 3 Statistik Deskriptif Responde .....	101
Lampiran 4 Data Responden.....	103
Lampiran 5 Hasil Olah Data SPSS.....	108
Lampiran 6 Kartu Konsultasi .....	110
Lampiran 7 Halaman Persetujuan .....	111
Lampiran 8 Lembar Revisi Ujian Pendadaran .....	112
Lampiran 9 Lampiran Revisi Judul.....	113





**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HAND SANITIZER* SANITER PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KOTA YOGYAKARTA**

**Andreas D P Girsang**

**11180609**

**Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis**

**Universitas Kristen Duta Wacana**

**andreas.girsang02@gmail.com**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian konsumen *hand sanitizer* Saniter pada masa pandemi Covid-19 di kota Yogyakarta. Populasi penelitian ini adalah konsumen *hand sanitizer* Saniter yang berdomisili di kota Yogyakarta. Sampel penelitian ini berjumlah 100 orang responden ditentukan dengan rumus Slovin. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek secara simultan atau serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk *hand sanitizer* Saniter di kota Yogyakarta. Sedangkan secara parsial, variabel Persepsi Harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan variabel Kualitas Produk, dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen *hand sanitizer* Saniter di kota Yogyakarta.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek dan Keputusan Pembelian.

***THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION, PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE ON PURCHASING DECISIONS OF SANITER HAND SANITIZER DURING THE COVID-19 PANDEMIC IN YOGYAKARTA***

**Andreas D P Girsang**

**11180609**

***Management, Faculty of Business***

***Duta Wacana Christian University***

**andreas.girsang02@gmail.com**

***ABSTRACT***

*This study aims to determine the factors that influence the Purchasing Decision of the consumer for hand sanitizer Saniter in Yogyakarta during the COVID-19 pandemic. The population of this study were the consumers of hand sanitizer Saniter that live in Yogyakarta. The sample of this study found 100 respondents who were determined by the Slovin formula. The analytical method used in this research is descriptive analysis and multiple regression analysis. The results of this study indicate that Price Perception, Product Quality, and Brand Image simultaneously have a significant effect on the Purchasing Decision of the consumer for hand sanitizer Saniter in Yogyakarta. Partially, the Price Perception has a insignificant effect on Purchasing Decision, while the variables of Product Quality and Brand Image have a significant effect on the Purchasing Decision of the consumer for hand sanitizer Saniter in Yogyakarta.*

*Keywords: Price Perception, Product Quality, Brand Image and Purchasing Decision.*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

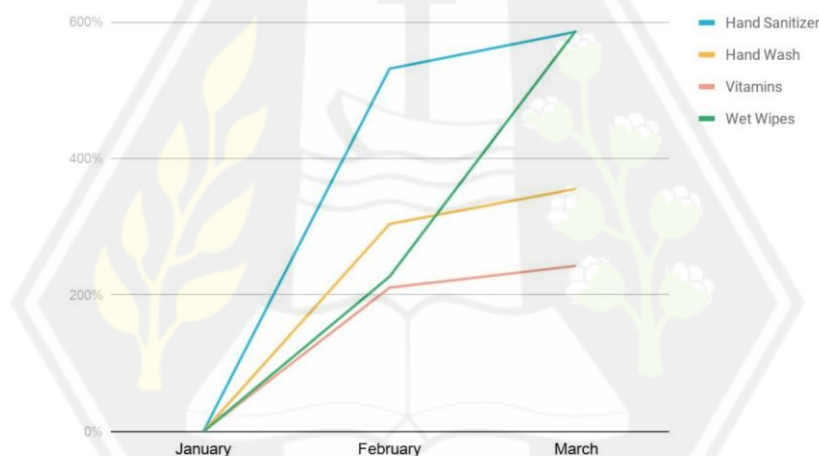
### **1.1 Latar Belakang**

Dampak dari pandemi Covid-19 yang sudah berlangsung selama 2 tahun, menyebabkan budaya dan gaya hidup yang bersih dan higienis menjadi semakin melekat di kehidupan masyarakat sehari-hari, dimana masyarakat secara umum sudah lebih sadar dan peduli untuk menjaga kebersihan dan kesehatan untuk mencegah hingga dapat memutus rantai penyebaran virus corona. Merespon penyebaran virus tersebut pemerintah bertindak cepat untuk mengambil tindakan guna mencegah penularan dan menangani virus ini, ada banyak cara yang dilakukan oleh pemerintah dalam upaya penanganan virus corona, salah satunya adalah membuat kebijakan 3M yaitu memakai masker, mencuci tangan dengan sabun, dan menjaga jarak.

Seiring berjalan waktu protokol kesehatan 3M diperbaharui menjadi 5M dengan menekankan menjauhi kerumunan dan mengurangi mobilitas (<http://padk.kemkes.go.id/>, 2020), oleh karena itu kebutuhan masyarakat akan produk kebersihan semakin meningkat, dimana produk kebersihan dan kesehatan sudah termasuk menjadi kebutuhan utama dalam masyarakat. Walaupun rantai penyebaran virus corona sudah semakin melambat dan sudah mulai dapat ditangani, akan tetapi gaya hidup sehat dan bersih sudah melekat di tengah-tengah masyarakat luas. Dimana sejalan dengan semakin melekatnya kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap kebersihan dan kesehatan, mengakibatkan kebutuhan dan permintaan akan produk-produk kebersihan dan kesehatan juga semakin meningkat

hingga saat ini. Tidak bisa dipungkiri, dibalik krisis yang ditimbulkan oleh pandemi yang sedang berlangsung, ada juga sektor yang mendapatkan dampak positif dari pandemi Covid-19, salah satunya adalah produsen alat-alat kesehatan seperti *hand sanitizer* yang mengalami peningkatan angka penjualan hingga lebih dari 500% (<https://inet.detik.com/>, 2020).

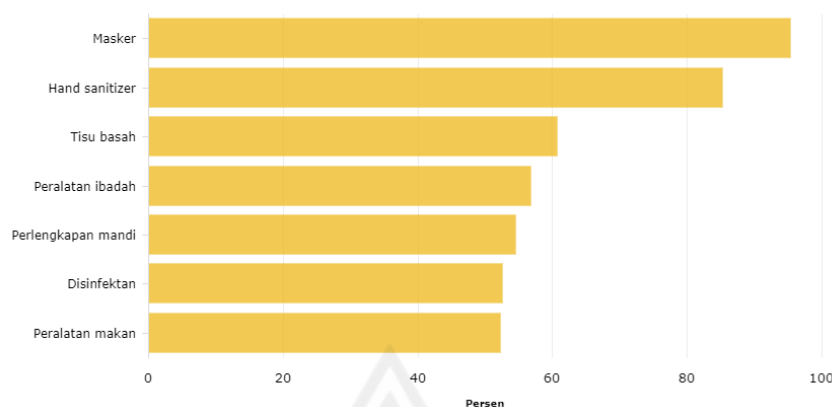
Berdasarkan data yang diperoleh dari *e-commerce enable sirclo 2020*, ada 4 produk kesehatan yang mengalami peningkatan permintaan secara signifikan, diantaranya adalah *hand sanitizer*, sabun cuci tangan, vitamin, dan tisu basah. Dengan kebiasaan baru untuk selalu mencuci tangan, mengakibatkan permintaan akan *hand sanitizer* melonjak drastis.



Gambar 1. 1 Grafik Lonjakan Permintaan Produk Kesehatan (Februari 2020)

(<https://inet.detik.com/>)

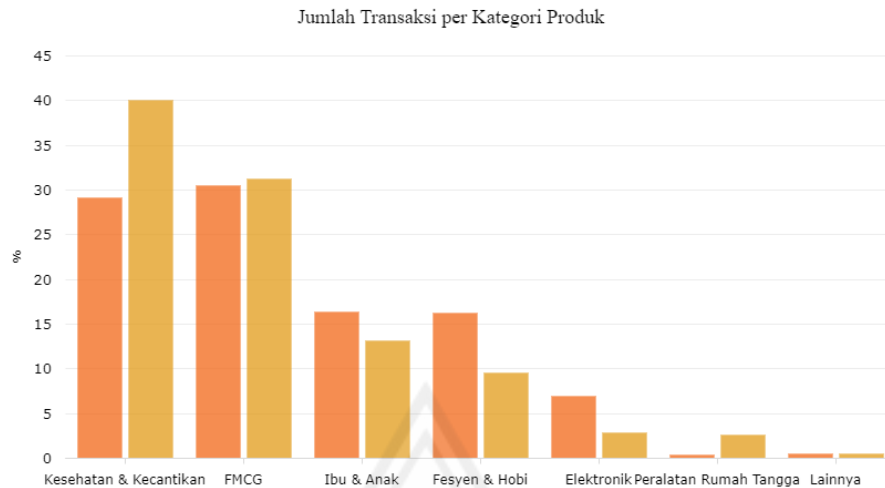
Dari grafik di atas dapat dilihat bahwa dari bulan Januari tahun 2020 ke bulan Februari 2020 telah terjadi peningkatan penjualan *hand sanitizer* lebih dari 500%. Sedangkan pada bulan Maret 2020 peningkatan penjualan produk *hand sanitizer* hampir mencapai 600%



Gambar 1. 2 Peralatan yang selalu dibawa masyarakat ketika berpergian  
(6 Januari 2021)

(<https://databoks.katadata.co.id/>)

Pandemi Covid-19 benar-benar sudah mengubah gaya hidup dan kebiasaan masyarakat. Sekarang hampir semua orang dari semua golongan menerapkan adaptasi kebiasaan baru (*new normal*) untuk meminimalisir rantai penyebaran virus corona. Saat beraktivitas di luar ruangan pun berbagai peralatan yang sebelumnya tidak pernah diperhitungkan sama sekali, kini menjadi barang wajib yang tidak boleh dilupakan untuk dibawa berpergian. Hasil dari survei Jakpat yang disebarakan pada 6 Januari 2021 menunjukkan bahwa 95,3% responden beranggapan bahwa masker adalah barang terpenting yang harus dibawa dan digunakan saat beraktivitas atau berpergian. Selain masker, tentu saja *hand sanitizer* tidak dapat dilupakan dimana terbukti oleh 85,3% responden yang menilai bahwa *hand sanitizer* merupakan perlengkapan yang wajib dibawa pada saat beraktivitas dan berpergian, selain itu hasil survei juga menunjukkan bahwa masyarakat sudah semakin membiasakan diri membawa tisu basah, perlengkapan mandi hingga peralatan makan pribadi seperti yang digambarkan pada gambar grafik 1.2 di atas.



Gambar 1. 3 Produk paling laku saat Pandemi (27 Oktober 2021)

(<https://databoks.katadata.co.id/>)

Salah satu faktor utama lonjakan permintaan akan produk *hand sanitizer* adalah riset dari *The New England Journal of Medicine* yang menemukan fakta bahwa Covid-19 mampu bertahan sekitar kisaran 4 jam pada permukaan yang berbahan tembaga, kemudian sekitar 24 jam pada permukaan yang berbahan karton, dan sekitar 72 jam pada permukaan yang berbahan plastik dan *stainless*. Dari hasil riset tersebut, produk *hand sanitizer* bisa menjadi jawaban instan yang dapat diperoleh dengan mudah dan praktis. Sebab *hand sanitizer* memiliki kandungan alkohol sekitar 60% yang mampu membersihkan permukaan tangan dan mengurangi kemungkinan tangan terkontaminasi oleh Covid-19. Selain itu sifat *hand sanitizer* yang praktis bisa dibawa kemana-mana dan tidak perlu air dan tidak perlu dibilas juga menjadi nilai plus dari peningkatan permintaan dari konsumen.

Saniter adalah satu dari beragam produk sanitasi yang beredar di Indonesia. Saniter merupakan produk dari PT Godrej yang sudah teruji klinis mampu membunuh 99.9% kuman hanya dalam waktu 30 detik (<https://saniter.co.id/>, 2022). Walaupun produk *hand sanitizer* Saniter masih tergolong baru di pasaran akan

tetapi Saniter telah berhasil menjadi salah satu pilihan utama bagi para konsumen *hand sanitizer*. Hal tersebut tidak lepas dari keberhasilan Saniter dalam menganalisa pasar dan menentukan target pemasaran mereka, dimana hal tersebut adalah salah satu faktor utama yang harus diamati dalam penentuan harga sebuah produk.

Harga produk *hand sanitizer* Saniter sangat bersaing dengan kompetitor mereka seperti Antis dan Dettol, sedangkan manfaat yang ditawarkan oleh Saniter tidak berbeda jauh dengan kualitas yang ditawarkan oleh kompetitornya yang mempunyai harga yang relatif sama, dimana produk-produk ini sama-sama mengklaim mampu membasmi kuman hingga 99%. Seperti yang dikemukakan Lee dan Lawson (2011), bahwa persepsi harga merupakan evaluasi pelanggan terhadap sebuah produk, apakah harga yang diberikan oleh produsen sesuai dengan kualitas produk atau tidak, dan harga yang diterapkan oleh Saniter cukup bersaing dengan harga yang ditetapkan oleh kompetitor di pasar, sehingga bisa dikatakan bahwa harga yang ditetapkan oleh Saniter bisa diterima oleh konsumen karena kualitas produk yang ditawarkan sesuai dengan harga yang dipatok.

Kesesuaian antara harga, kualitas dan manfaat yang ditawarkan oleh *hand sanitizer* Saniter telah menimbulkan persepsi yang baik bagi konsumen sehingga meningkatkan pertimbangan untuk melakukan pembelian oleh konsumen. Aspek utama yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap harga yang ditawarkan oleh produsen adalah kualitas dari produk tersebut. Semakin sesuai harga yang ditetapkan dengan kualitas yang ditawarkan maka akan semakin positif persepsi konsumen terhadap produk tersebut dan akan semakin tinggi juga tingkat Keputusan Pembelian oleh konsumen.

Setelah persepsi harga, aspek berikutnya yang menjadi salah satu pertimbangan utama bagi konsumen dalam menentukan Keputusan Pembelian adalah kualitas dari sebuah produk. Menurut Hafilah, Chaer dan Usman (2019), kualitas produk merupakan kapasitas kinerja suatu produk yang sesuai dengan fungsinya. Kualitas produk merupakan seberapa baik produk yang ditawarkan dalam menjawab permasalahan konsumen. Kualitas produk merupakan nilai jual utama yang ditawarkan dari sebuah produk, dimana nilai jual utama yang ditawarkan pada produk *hand sanitizer* Saniter adalah mampu membunuh kuman hingga 99% dan diklaim sudah teruji secara klinis, selain itu produk Saniter ini juga tidak sensitif bagi kulit dan tidak lengket (<https://saniter.co.id/>, 2022) oleh karena kualitas dan kesesuaian dengan fungsi yang ditawarkan tentu saja dapat meningkatkan minat konsumen dalam melakukan pembelian.

Kualitas produk merupakan salah satu kunci utama dalam menarik minat konsumen dan mempengaruhi Keputusan Pembelian. Kualitas produk juga sangat berpengaruh terhadap citra merek, karena produk yang ditawarkan oleh produsen merupakan representasi dari visi misi dan merek yang mereka bawa.

Selain persepsi harga dan kualitas produk, citra merek juga sangat berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen. Saniter sudah cukup berhasil dalam membangun citra merek yang positif bagi para konsumen. Dengan desain dan tampilan yang terkesan sangat bernuansa medis membuat konsumen menjadi lebih mudah untuk yakin dan percaya bahwa produk Saniter merupakan jawaban yang tepat untuk menjaga kebersihan dan kesehatan dimasa pandemi ini. Dimana seperti yang disampaikan oleh Arizona, Nadya P (2021) bahwa produk yang berhasil membangun citra merek yang baik akan mendapatkan nilai tambah



dibandingkan dengan produk-produk lainnya yang belum berhasil membangun citra merek yang baik. Berdasarkan pernyataan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik citra merek yang dimiliki oleh sebuah produk akan semakin meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli produk tersebut, yang berarti citra merek sangat mempengaruhi Keputusan Pembelian.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti mengarahkan penelitian untuk membuktikan apakah persepsi harga, kualitas produk dan citra merek dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian terhadap produk *hand sanitizer* Saniter. Maka dari itu peneliti mengambil judul: **“Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Hand Sanitizer* Saniter Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Yogyakarta”**.

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah Persepsi Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada produk *hand sanitizer* Saniter?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada produk *hand sanitizer* Saniter?
3. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk *hand sanitizer* Saniter?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian pada produk *hand sanitizer* Saniter.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada produk *hand sanitizer* Saniter.

3. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian terhadap *hand sanitizer* Saniter.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Bagi Peneliti**

Peneliti berkesempatan meningkatkan dan memperluas wawasannya dan sekaligus dapat menjadi sebuah wadah untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama ini ke dalam penelitian.

### **1.4.2 Bagi Perusahaan**

Menjadi tambahan informasi dalam melaksanakan serta memutuskan rangkaian kegiatan pemasaran agar dapat melaksanakan pemasaran dengan maksimal, terutama dalam dampak persepsi harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap Keputusan Pembelian konsumen.

### **1.4.3 Bagi Akademik**

Menjadi sebuah perspektif tambahan dalam peningkatan penelitian dan menjadi referensi bagi para peneliti berbeda yang melakukan penelitian dengan subyek sebanding.

## **1.5 Batasan Penelitian**

Batasan permasalahan pada penelitian ini ditetapkan seperti berikut ini:

1. Penelitian ini dilaksanakan di kota Yogyakarta.
2. Waktu penelitian yaitu Maret sampai dengan Juli 2022.
3. Variabel bebas yang akan diteliti yaitu Persepsi Harga ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ), dan Citra Merek ( $X_3$ ).
4. Variabel terikat yang akan diteliti yaitu Keputusan Pembelian ( $Y$ )

5. Jumlah responden yang akan diteliti ialah sebanyak 100 orang yang pernah membeli produk *hand sanitizer* merek Saniter di kota Yogyakarta.
6. Penelitian dilakukan terhadap pembelian produk *hand sanitizer* Saniter di kota Yogyakarta dalam 1 (satu) tahun terakhir.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berlandaskan analisis dan pemaparan hasil penelitian “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Hand Sanitizer* Saniter Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Yogyakarta“ yang sudah diteliti, sehingga dari hasil penelitian diperoleh hasil seperti dibawah:

1. Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek secara simultan (Uji F) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Hand Sanitizer* Saniter di kota Yogyakarta.
2. Persepsi Harga (X1) memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) *hand sanitizer* Saniter di kota Yogyakarta, sehingga  $H_1 =$  (Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *hand sanitizer* Saniter di kota Yogyakarta) ditolak atau tidak sesuai.
3. Kualitas Produk (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), sehingga  $H_2 =$  (Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *hand sanitizer* Saniter di kota Yogyakarta) diterima atau sesuai.
4. Citra Merek (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sehingga  $H_3 =$  (Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *hand sanitizer* Saniter di kota Yogyakarta) diterima atau sesuai.

5. Dari semua variabel Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek yang diperoleh setelah pengujian, variabel Citra Merek yang mempunyai pengaruh yang paling dominan dan signifikan dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian konsumen terhadap produk *hand sanitizer* Saniter di kota Yogyakarta.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penarikan kesimpulan dari penelitian, maka rekomendasi yang bisa disajikan oleh penulis ialah sebagai berikut:

1. Dari hasil pengujian yang sudah di dapat, membuktikan bahwa variabel Citra Merek yang paling dominan dan mempengaruhi Keputusan Pembelian pelanggan *hand sanitizer* Saniter di kota Yogyakarta. Untuk itu rekomendasi peneliti kepada perusahaan untuk terus mempertahankan citra mereknya yang sudah terkenal baik dan unggul di tengah masyarakat, agar tetap menjadi pilihan bagi konsumen.
2. Dari hasil pengujian yang sudah di dapat, membuktikan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pelanggan *hand sanitizer* Saniter di kota Yogyakarta. Untuk itu rekomendasi peneliti kepada perusahaan untuk terus mempertahankan bahkan meningkatkan Kualitas Produk *hand sanitizer* Saniter, agar tetap menjadi pilihan bagi konsumen.
3. Penulis sadar bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, besar harapan penulis pada penelitian berikutnya, agar bisa melengkapi serta memberi kesempurnaan hasil penelitian yang sebelumnya dan berlandaskan pada referensi penelitian yang telah ada diteliti, dengan berharap untuk

penelitian yang dilakukan selanjutnya dapat lebih bagus dan sempurna dari penelitian sebelumnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, Joachimstahler. (2000). *Prinsip Pemasaran*. Edisi 7. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Boyd, Walker, Larreche. (2000). *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*, Jilid 1 Edisi kedua. Jakarta: Erlangga.
- Daryanto. (2014). *Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Jilid 1. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip., & Garry, Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip., & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama
- Kotler, Philip., Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, N. (2014). *Pengaruh Persepsi Harga, Layanan Purna Jual dan Personal Selling terhadap Keputusan Penyewaan mesin EDC pada PT. Multi Adi Prakarsa Manunggal*. Tesis. Program Studi Magister Manajemen, Program Pascasarjana. Jakarta: Universitas Mercu Buana.
- Maiyuni, S., Yulihar M., & Yuhelmi. (2014). *Effect of Quality Products, Price and Brand Image on Purchase Decision on Nu Green Tea Beverage Products in Padang*. Faculty of economic, University of Bung Hatta. Undated.
- Mardiani, Nia Fitri., Wijayanto, Heri & Santoso, Edi. (2020). *Pengaruh Persepsi Kualitas Informasi, Gaya Hidup, Dan Kepercayaan Merek, Terhadap Keputusan Pembelian Tas Sophie Martin Paris Di Ponorogo*. Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen dan Bisnis Vol. 3, No. 1.
- Prabudi, Cecep. (2014). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Bakpia Wilis di Kota Magelang*. Semarang dan Yogyakarta. Semarang: UNDIP.
- Prawira. (2011). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Smartphone Samsung di Kota Denpasar*. Jurnal Manajemen. Vol 7. No 1.
- Saladin, Djaslim. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.

- Saputro, A., & Imroatul Khasanah. (2016). *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*. Diponegoro Journal of Management Vol. 5, No. 4.
- Schiffman, Leon, G., & Leslie Lazar Kanuk. (2007). *Consumer Behavior*. Edisi 7. New Jersey: Prentice-Hall.
- Simamora, Henry. (2000). *Manajemen Pemasaran Internasional*. Surabaya: Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono. (2008). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Ulaga, W. (2003). *Capturing value creation in business relationships: A customer perspective*. *Industrial Marketing Management*, 677-693. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2003.06.008>
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/26/peralatan-yang-dibawa-masyarakat-ketika-bepergian-saat-pandemi> diakses pada 13 Maret 2022
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/27/produk-kesehatan-dan-kecantikan-paling-laku-saat-pandemi> diakses pada 13 Maret 2022
- <https://inet.detik.com/business/d-4961921/pandemi-corona-penjualan-hand-sanitizer-di-ecommerce-meningkat-500> diakses pada 10 Maret 2022
- <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-jateng/baca-artikel/13981/Protokol-Kesehatan-5M-dan-Kesehatan-Imun-untuk-Hadapi-Varian-Baru-Covid-19.html> diakses pada 12 Maret 2022
- <https://www.saniter.co.id/produk/hand-sanitizer-spray-sweet-berry> diakses pada 13 Maret 2022