

**PENGARUH *BRAND LOVE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG
PRODUK PEMBERSIH WAJAH POND'S
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA JURUSAN DIII ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA PALEMBANG)**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Oleh:

**ZAHINIL ULYA
NIM 061830601029**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG
2021**

**PENGARUH *BRAND LOVE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG
PRODUK PEMBERSIH WAJAH POND'S (STUDI KASUS PADA
MAHASISWA JURUSAN DIII ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA)**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis
Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

OLEH:

**ZAHINIL ULYA
NPM 061830601029**

- Menyetujui,

Pembimbing I,

**Heri Setiawan, S.E., M.AB
NIP 19760222002121001**

**Palembang, Juli 2021
Pembimbing II.**

**Jusmawi Bustan, S.E., M.Si
NIP 195901011989031006**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

**Heri Setiawan, S.E., M.AB
NIP 19760222002121001**

Koordinator Program Studi

**Fetty Maretha, S.E., M.M
NIP 198203242008012009**

	KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN	 
	POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA Jalan Srijaya Negara, Palembang 30139 Telp. 0711-353414 Fax. 0711-355918 Website : www.polisriwijaya.ac.id E-mail : info@polsri.ac.id	
SURAT PERNYATAAN		

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zahinil Ulya
NPM : 061830601029
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisni/Administrasi Bisnis DIII
Mata Kuliah : Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Brand Love Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Pembersih Wajah Pond's (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan ini saya buat dngan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan akhir ini bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Orang milik orang lain maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang,.....2021

Yang membuat pernyataan,



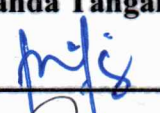
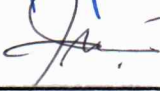

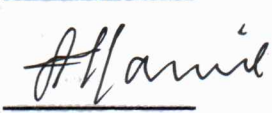
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Zahinil Ulya
NIM : 061830601029
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/ Administrasi Bisnis DIII
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Pengaruh *Brand Love* Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Pembersih Wajah Pond's (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya).

**Telah dipertahaakan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi DIII Administrasi Bisnis
dan dinyatakan LULUS**

**Pada Hari:
Tanggal: 2021**

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Fetty Maretha, SE., M.M</u> Ketua Penguji	 _____	_____
2.	<u>Heri Setiawan, S.E., M.AB</u> Anggota Penguji	 _____	_____
3.	<u>Dr. Hadi Jauhari, S.E., M.Si</u> Anggota Penguji	 _____	_____
4.	<u>Abd Hamid, S.E., M.Si</u> Anggota Penguji	 _____	_____

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Ramahlah pada dirimu sendiri. Jadilah orang yang paling ikhlas bukan yang paling baik, sebab dalam kebaikan belum tentu ada keikhlasan. Tapi ketahuilah orang yang ikhlas, pasti akan ada baiknya.

(temanhijrah)

“Hidup Itu Untuk Berbuat Baik”

(Zahinil Ulya)

Bismillah,

Laporan Ini Penulis

Persembahkan Kepada:

- ***Kedua Orang Tua Yang Tercinta***
- ***Keluarga***
- ***Dosen-dosen Yang Telah Membimbing***
- ***Teman-Teman Seperjuangan yang Penulis Sayangi***
- ***Almamaterku***


KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan Karunia-Nya kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan Laporan Akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Pembuatan Laporan Akhir ini merupakan salah satu tugas wajib sebagai seorang mahasiswa di Politeknik Negeri Sriwijaya untuk bisa lulus dari Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Laporan Akhir ini berjudul Pengaruh Brand Love Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Pembersih Wajah Pond's (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Laporan Akhir ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca agar dapat menjadi acuan bagi penulis dimasa yang akan datang. Penulis berharap semoga Laporan Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan kita semua.

Palembang,.....2021


(Zahinil Ulya)

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan, karena penulis menyelesaikan Laporan Akhir ini dengan tepat pada waktunya. Dalam penelitian Laporan Akhir ini, penulis banyak sekali mendapatkan bantuan bimbingan, petunjuk, dan masukan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala ketulusan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ing Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Heri Setiawan, S.E., M.AB selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, SE., M.M selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M selaku Kaprodi Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Bapak Heri Setiawan, S.E., M.AB selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan saran, solusi, dan petunjuk bagi penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
6. Bapak Jusmawi Bustan, S.E.,M.SI selaku Pembimbing II yang juga telah memberikan saran, solusi, dan petunjuk bagi penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
7. Segenap Dosen dan Civitas Akademika Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
8. Kedua orang tua tercinta dan Keluarga yang telah memberikan doa dan dukungan baik moril dan materil, sehingga penulis bisa menyelesaikan Laporan Akhir ini.
9. Rekan-rekan seperjuangan terutama kelas 6 ND yang saling memberikan semangat dan dukungan.
10. Teman-teman Jurusan DIII Administrasi Bisnis Politeknik Sriwijaya yang telah membantu dan bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
11. Almamaterku tercinta, Politeknik Negeri Sriwijaya.

Demikianlah yang dapat penulis sampaikan, atas segala bantuan kami ucapkan terima kasih

Palembang,.....2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ulya', with a long horizontal stroke extending to the right.

Zahinil Ulya

ABSTRAK

PENGARUH *BRAND LOVE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PRODUK PEMBERSIH WAJAH POND'S

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri
Sriwijaya Palembang)**

Oleh

Zahinil Ulya

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Brand Love terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Pembersih Wajah Pond's pada Mahasiswa Jurusan DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang. Objek dalam penelitian adalah Mahasiswa Jurusan DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang. Metode yang digunakan pengumpulan data dalam penelitian adalah dengan wawancara, angket (kuesioner), dan studi kepustakaan. Metode analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji realibilitas, uji korelasi, analisis linier sederhana, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan Brand love berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang produk pembersih wajah pond's pada mahasiswa Jurusan DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang. Berdasarkan uji signifikannya didapat nilai thitung Hasil uji (t) menunjukkan bahwa $2,576 > t_{tabel}$ 2000 dengan nilai signifikansinya 0,001. Melalui dari data koefisien korelasi variabel brand love mempunyai hubungan yang cukup erat dengan variabel keputusan pembelian ulang. Nilai koefisien regresi mendapatkan nilai positif, brand love berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian ulang dan dapat disimpulkan bagian dari nilai brand love mengalami peningkatan, maka nilai keputusan pembelian ulang juga akan meningkat.

Kata Kunci: *Brand Love*, Keputusan Pembelian Ulang

ABSTRACT

THE INFLUENCE THE BRAND LOVE ON REPURCHASE DECISION OF POND'S FACIAL FACE PRODUCT (Case Study on Students of DIII Business Administration Department of Sriwijaya State Polythecnic Palembang)

**By
Zahinil Ulya**

The purpose of this study was to determine the effect of brand love on the decision to repurchase Pond's Facial Cleansing Products in DIII Business Administration students at the Sriwijaya State Polytechnic Palembang. The object of the research is a student of the DIII Business Administration Department of the State Polytechnic of Sriwijaya Palembang. The method used to collect data in this research is by interview, questionnaire (questionnaire), and literature study. The analytical method used is validity test, reliability test, correlation test, simple linear analysis, and hypothesis testing. The results of this study indicate that Brand love has an effect on the decision to repurchase pond's facial cleansing products for students of the DIII Business Administration Department of the Sriwijaya State Polytechnic Palembang. Based on the significance test, the tcount value was obtained. The test results (t) showed that $2,576 > t_{table} 2000$ with a significance value of 0.001. Through the correlation coefficient data, the brand love variable has a fairly close relationship with the repurchase decision variable. The regression coefficient value gets a positive value, brand love has no significant positive effect on repurchase decisions and it can be concluded that part of the brand love value has increased, then the decision value repeat purchases will also increase.

Keyword : *Brand Love*, Repurchase Decision

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN LAPORAN AKHIR.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Ruang Lingkup Permasalahan	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Tujuan Penelitian	5
1.4.2 Manfaat Penelitian	5
1.5 Metodologi Penelitian	6
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	6
1.5.2 Jenis dan Sumber Data.....	6
1.5.3 Metode Pengumpulan Data.....	7
1.5.4 Populasi dan Sampel	8
1.6 Hipotesis Penelitian	9

1.7 Variabel Penelitian	9
1.8 Skala Pengukuran.....	11
1.9 Metode Analisis Data.....	13
1.9.1 Metode Kuantitatif	13
1.9.2 Uji Instrumen	13
1.9.2.1 Uji Validitas.....	13
1.9.2.2 Uji Realibilitas.....	14
1.9.3 Koefisien Korelasi	14
1.9.4 Analisis Regresi Linear Sederhana	15
1.9.5 Uji Hipotesis	16
1.9.5.1 Uji Signifikasi Parsial (Uji t).....	16
1.9.5.2 Uji Koefisien Determinasi	16

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsumen	17
2.2 <i>Brandlove</i>	17
2.2.1 Indikator <i>Brand Love</i>	18
2.3 Keputusan Pembelian	21
2.4 Keputusan Pembelian Ulang.....	22
2.4.1 Indikator Keputusan Pembelian Ulang.....	23
2.4.2 Proses Keputusan Pembelian Ulang	23
2.5 Penelitian Terdahulu	26
2.6 Kerangka Berfikir	28

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan	29
3.2 Visi,Misi dan Nilai Perusahaan.....	32
3.3 Logo Perusahaan	33
3.4 Struktur Organisasi	35
3.5 Strategi Pemasaran PT Unilever Tbk.....	37
3.6 Jenis-jenis Pencuci Wajah Pond's	38
3.7 Identitas Responden	43

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Analisis Data45
4.2 Pembahasan.....64

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan66
5.2 Saran66

DARTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Indeks Kategori Perawatan Pribadi	3
Tabel 1.2	Hasil Pra Survey.....	4
Tabel 1.3	Definisi Operasional	10
Tabel 1.4	Tabel Skala Likert.....	12
Tabel 1.5	Kriteria Capaian Jawaban Responden	13
Tabel 1.6	Hubungan Antar Variabel.....	15
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.3	Jenis-jenis Pencuci wajah Pond's	38
Tabel 3.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Semester	43
Tabel 3.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.1	Jawaban Responden tentang Konsumen merasa percaya dirinya bertambah ketika menggunakan produk pembersih wajah pond's	46
Tabel 4.2	Jawaban Responden tentang produk pembersih wajah pond's menarik perhatian konsumen	46
Tabel 4.3	Jawaban Responden tentang konsumen merasa tidak ada produk pembersih wajah lain yang dapat memenuhi kebutuhannya selain produk pembersih wajah pond's	47
Tabel 4.4	Jawaban Responden tentang produk pembersih wajah pond's aman untuk digunakan	48
Tabel 4.5	Jawaban Responden tentang konsumen merasa senang menggunakan produk pembersih wajah pond's	48
Tabel 4.6	Jawaban Responden tentang produk pembersih wajah pond's selalu dihati konsumen.....	49
Tabel 4.7	Jawaban Responden tentang produk pembersih wajah pond's menimbulkan kecintaan di hati konsumen.....	50
Tabel 4.8	Jawaban Responden tentang produk pembersih wajah pond's membuat konsumen yakin untuk menggunakan	

produk tersebut	50
Tabel 4.9 Jawaban responden tentang produk pembersih wajah pond's memberikan kesan baik	51
Tabel 4.10 Tabulasi Data TCR Variabel Brand Love	52
Tabel 4.11 Jawaban Responden tentang konsumen tertarik untuk melakukan pembelian ulang produk pembersih wajah pond's dalam waktu dekat	53
Tabel 4.12 Jawaban Respoden tentang konsumen merasa tidak ada produk pembersih wajah lain yang dapat memenuhi kepuasan konsumen selain produk pembersih wajah pond's	54
Tabel 4.13 Jawaban Responden tentang konsumen akan membeli produk pembersih wajah pond's diwaktu yang akan datang.....	54
Tabel 4.14 Jawaban Responden tentang konsumen berniat untuk mempertahankan kebiasaannya untuk membeli produk pembersih wajah pond's	55
Tabel 4.15 Jawaban Responden tentang konsumen membeli produk pembersih wajah pond's karena memiliki manfaat yang baik	56
Tabel 4.16 Tabulasi Data TCR Variabel Keputusan Pembelian Ulang.....	57
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Love (X).....	57
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Ulang (Y).....	58
Tabel 4.19 Hasil Uji Realibilitas Variabel Brand Love (X)	59
Tabel 4.20 Hasil Uji Realibilitas Variabel Keputusan Pembelian Ulang (Y).....	60
Tabel 4.21 Tabel Koefisien Korelasi Antara Variabel X dan Y.....	61
Tabel 4.22 Hasil Uji Regresi Sederhana.....	61
Tabel 4.23 Hasil Signifikan Parsial (Uji t)	63
Tabel 4.24 Hasil Uji Koefisien Dterminasi	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2	Kerangka Berfikir	28
Gambar 3.1	Logo Unilever	34
Gambar 3.2	Struktur Organisasi PT Unilever Tbk	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Rekomendasi Ujian Laporan Akhir (LA)
Lampiran 2	Surat Tanda Persetujuan Proposal Laporan Akhir (LA)
Lampiran 3	Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir (LA)
Lampiran 5	Lembar Bimbingan Laporan Akhir (LA)
Lampiran 6	Surat Izin Melakukan Penelitian
Lampiran 7	Lembar Tanda Persetujuan Laporan Akhir (LA)
Lampiran 8	Lembar Revisi Laporan Akhir (LA)
Lampiran 9	Pertanyaan Wawancara
Lampiran 10	Kuesioner Penelitian
Lampiran 11	Display Jawaban 20 Responden
Lampiran 12	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
Lampiran 13	Display Jawaban 62 Responden
Lampiran 14	Frekuensi Tabel (<i>Frequensi Table</i>)
Lampiran 15	Hasil Uji Normalitas
Lampiran 16	Hasil Uji Regresi Linier Sederhana
Lampiran 17	r tabel dan t tabel