

**PENGARUH PERSEPSI NILAI, CITRA MEREK, DAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SABUN LIFEBUOY**
(Survei Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi Program Studi Manajemen



Oleh:

DERI PERMANA

20220510113

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN
2026**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH PERSEPSI NILAI, CITRA MEREK, DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN LIFEBOUY**
(Survei Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

DERI PERMANA
20220510113

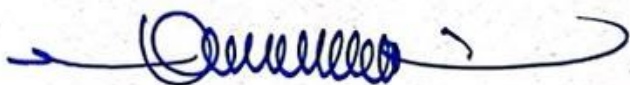
Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 22 Juni 2026 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Susunan Dewan Penguji

Penguji I,

Penguji II,

Penguji III,



Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si.

NIK. 41038971055



Neng Evi Kartika, S.E., M.M.

NIK. 410108920248



Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M.

NIK. 410106910232

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH PERSEPSI NILAI, CITRA MEREK, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN LIFEBOUY

(Survei Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)

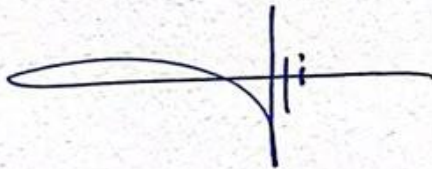
Disusun Oleh :

DERI PERMANA
20220510113

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING :

Kuningan, Juni 2026

Pembimbing I,



Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M. Si
NIK. 41038971054

Pembimbing II,



Neng Evi Kartika, S.E., M.M.
NIK. 410108920248

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M. Si
NIK. 41038971054

Kepala Program Studi Manajemen



Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M
NIK. 410104930220

MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTO

Keberhasilan bukan tentang siapa yang paling hebat, tetapi siapa yang mampu bertahan dan terus berjuang.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan, serta pengorbanan yang tiada henti demi keberhasilan saya. Kepada keluarga dan saudara yang senantiasa memberikan semangat dan motivasi dalam setiap proses perjuangan menyelesaikan pendidikan ini.

Terima kasih kepada dosen pembimbing dan seluruh dosen yang telah memberikan ilmu, arahan, serta bimbingan selama masa perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi ini. Teruntuk sahabat dan teman-teman seperjuangan, terima kasih atas kebersamaan, bantuan, serta dukungan yang diberikan selama proses penyusunan skripsi ini.

Dan terakhir, skripsi ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri yang telah mampu bertahan, berjuang, dan menyelesaikan seluruh proses ini dengan penuh usaha, doa, dan semangat.

PERNYATAAN OTENTISITAS

Bismillaahirrahmaanirrahim,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, nama DERI PERMANA, Nomor Induk Mahasiswa, 20220510113 menyatakan bahwa Skripsi dengan judul **"PENGARUH PERSEPSI NILAI, CITRA MEREK, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN LIFEBUOY (Survei Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)"** beserta isinya adalah benar karya sendiri, bukan merupakan hasil jiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya ini.

Kuningan, Mei 2026

Yang membuat pernyataan


DERI PERMANA
NIM. 20220510113

ABSTRAK

DERI PERMANA. (20220510113). Pengaruh Persepsi Nilai, Citra Merek, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lifebuoy (Survei Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan). Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan, 2026. Dibimbing oleh Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si. dan Neng Evi Kartika, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi nilai, citra merek, dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian sabun Lifebuoy pada masyarakat Kabupaten Kuningan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 140 responden dengan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala interval dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistics 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi nilai, citra merek, dan kepercayaan konsumen secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sabun Lifebuoy pada masyarakat Kabupaten Kuningan.

Kata Kunci: Persepsi Nilai, Citra Merek, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

DERI PERMANA. (20220510113). *The Influence of Perceived Value, Brand Image, and Consumer Trust on Purchasing Decisions of Lifebuoy Soap (Survey on the Community of Kuningan Regency). Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Kuningan, 2026. Supervised by Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si. and Neng Evi Kartika, S.E., M.M.*

This study aims to determine the influence of perceived value, brand image, and consumer trust on purchasing decisions of Lifebuoy soap among the people of Kuningan Regency. The research method used was a survey method with descriptive and verificative approaches. The sample in this study consisted of 140 respondents selected using purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires using an interval scale and analyzed using multiple linear regression with the assistance of IBM SPSS Statistics 26. The results showed that perceived value, brand image, and consumer trust partially and simultaneously had a positive and significant effect on purchasing decisions of Lifebuoy soap among the people of Kuningan Regency.

Keywords: *Perceived Value, Brand Image, Consumer Trust, Purchasing Decision.*

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, taufik dan karunian-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul **“PENGARUH PERSEPSI NILAI, CITRA MEREK, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN LIFEBUOY (Survei Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)”**.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, masih banyak kesalahan dan kekurangan yang penulis perbuat sebagai akibat dari pengetahuan penulis yang terbatas. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat konstruktif sangat penulis harapkan demi perbaikan selanjutnya.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam penyusunan Skripsi ini, terutama kepada dosen pembimbing, keluarga, dan teman-teman.

Semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Kuningan, Mei 2026

DERI PERMANA
NIM. 20220510113

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu, memberikan dukungan, bimbingan, serta doa sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sahir dan Ibu Latifah, Kakak Siska Pebriani, serta seluruh keluarga besar yang selalu menjadi alasan terbesar penulis untuk terus berjuang dan tidak menyerah. Terima kasih atas segala doa yang tak pernah putus, kasih sayang yang tulus, pengorbanan, perhatian, dukungan, nasihat, serta semangat yang selalu diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Tidak ada kata yang mampu menggambarkan besarnya cinta dan pengorbanan yang telah diberikan. Semoga penulis dapat menjadi pribadi yang membanggakan dan mampu membalas semua kebaikan serta perjuangan yang telah diberikan dengan penuh ketulusan.
2. Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si., selaku pembimbing pertama sekaligus Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, bimbingan, motivasi, sumbangan ide, serta nasihat yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Neng Evi Kartika, S.E., M.M., selaku pembimbing kedua yang telah memberikan petunjuk, arahan, bimbingan, ilmu, ide, serta nasihat yang sangat berarti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Fauziah Adzimatunur, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan petunjuk, arahan, bimbingan, ilmu, serta nasihat yang sangat berarti bagi penulis.
5. Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

6. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah memberikan ilmu, bantuan, dan pengalaman yang bermanfaat bagi penulis selama masa perkuliahan.
7. Dr. Anna Fitri Hindriana, M.Si., selaku Rektor Universitas Kuningan beserta seluruh jajaran pimpinan Universitas Kuningan.
8. Sahabat penulis, Alif, Fahmi, Gildan, Azkiya, dan Helmi, yang selalu hadir memberikan dukungan, semangat, dan kebersamaan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Sarah Rosalia, yang telah menjadi penyemangat, memberikan doa, perhatian, serta selalu membantu penulis hingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Kuningan, Mei 2026

DERI PERMANA
NIM. 20220510113

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN

MOTO DAN PERSEMBAHAN

PERNYATAAN OTENTISITAS

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

KATA PENGANTAR..... iii

UCAPAN TERIMA KASIH iv

DAFTAR ISI vi

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR xi

DAFTAR GRAFIK xii

DAFTAR LAMPIRAN xiii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Masalah..... 1

1.2 Rumusan Masalah 8

1.3 Tujuan Penelitian..... 9

1.4 Manfaat Penelitian 9

BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS

..... 11

2.1 Landasan Teori 11

2.1.1 *Grand Theory and Middle Theory* 11

2.1.1.1 Teori Perilaku Konsumen 11

2.1.1.2 Middle Theory 13

2.1.2 Keputusan Pembelian 15

2.1.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian 15

2.1.2.2 Tahap-Tahap Keputusan Pembelian..... 16

2.1.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian 18

2.1.2.4 Dimensi Keputusan Pembelian.....	21
2.1.2.5 Indikator Keputusan Pembelian.....	24
2.1.3 Persepsi Nilai	27
2.1.3.1 Pengertian Persepsi Nilai	27
2.1.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Nilai.....	28
2.1.3.3 Dimensi Persepsi Nilai	29
2.1.3.4 Indikator Persepsi Nilai	32
2.1.4 Citra Merek	33
2.1.4.1 Pengertian Citra Merek.....	33
2.1.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek.....	34
2.1.4.3 Dimensi Citra Merek	35
2.1.4.4 Indikator Citra Merek	36
2.1.5 Kepercayaan Konsumen	38
2.1.5.1 Pengertian Kepercayaan Konsumen	38
2.1.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen..	39
2.1.5.3 Dimensi Kepercayaan Konsumen.....	40
2.1.5.4 Indikator Kepercayaan Konsumen	42
2.2 Penelitian Terdahulu.....	46
2.3 Kerangka Berpikir	50
2.4 Hipotesis.....	52
BAB III METODE PENELITIAN	53
3.1 Metode Penelitian.....	53
3.2 Operasional Variabel Penelitian	54
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	56
3.3.1 Populasi.....	56
3.3.2 Sampel	56

3.4 Jenis dan Sumber Data	57
3.4.1 Jenis Data	57
3.4.2 Sumber Data	57
3.5 Teknik Pengumpulan Data	58
3.6 Uji Instrumen	59
3.6.1 Uji Validitas	59
3.6.2 Uji Reliabilitas	61
3.7 Teknik Analisis Data	62
3.7.1 Analisis Deskriptif	62
3.7.2 Analisis Inferensial	64
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda	66
3.7.4 Uji Koefisien Determinasi (R_2)	67
3.7.5 Uji Hipotesis	67
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	70
4.1 Hasil Penelitian	70
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	70
4.1.2 Gambaran Karakteristik Responden	74
4.1.3 Analisis Deskriptif	83
4.1.4 Uji Asumsi Klasik	92
4.1.5 Analisis Regresi Linear Berganda	95
4.1.6 Uji Koefisien Determinasi (R_2)	96
4.1.7 Uji Hipotesis	97
4.2 Pembahasan	99
4.2.1 Pengaruh Persepsi Nilai, Citra Merek, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	99
4.2.2 Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian	101
4.2.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	102

4.2.4 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	105
5.1 Kesimpulan	105
5.2 Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN.....	113

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index Sabun Mandi Tahun 2022-2024	2
Tabel 1. 2 Data Penjualan Sabun Lifebuoy	3
Tabel 1. 3 Hasil Pra-Survei Keputusan Pembelian Sabun Lifebuoy.....	4
Tabel 3. 2 Tabel Operasional Variabel.....	54
Tabel 3. 3 Nilai Rhitung dan Rtabel	60
Tabel 3. 4 Tabel Nilai Cronbach's Alpha	61
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	76
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili / Kecamatan	77
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	80
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	81
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Persepsi Nilai (X_1)	83
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Citra Merek (X_2)	85
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Kepercayaan Konsumen (X_3)	88
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	90
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas.....	93
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	94
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	95
Tabel 4. 13 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	95
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	97
Tabel 4. 15 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	97
Tabel 4. 16 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konsep Perilaku Konsumen	12
Gambar 2. 2 Paradigma Berpikir	52
Gambar 3. 1 Skala Pengukuran	58
Gambar 4. 2 Kriterium Variabel Persepsi Nilai	85
Gambar 4. 3 Kriterium Variabel Citra Merek	87
Gambar 4. 4 Kriterium Variabel Kepercayaan Konsumen.....	89
Gambar 4. 5 Kriterium Variabel Keputusan Pembelian.....	92

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4. 2 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
Grafik 4. 3 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	76
Grafik 4. 4 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili / Kecamatan.....	79
Grafik 4. 5 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	80
Grafik 4. 6 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Surat Pengantar Bimbingan Skripsi
	: Surat Permohonan Izin Penelitian
	: Surat Balasan Penelitian
	: Berita Acara Bimbingan Skripsi
	: Transip Aktivitas Kemahasiswaan
Lampiran II	: Surat Pengantar Kuesioner
	: Karakteristik Responden Penelitian
	: Petunjuk Penelitian Kuesioner
	: Kuesioner Penelitian
	: Dokumentasi Penyebaran Kuesioner
Lampiran III	: Hasil Uji Intrumen
	: Hasil Kuesioner Penelitian
Lampiran IV	: Output Hasil Perhitungan SPSS 26
Lampiran V	: Riwayat Hidup