

# **PENGARUH KESAN KUALITAS, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN BATANG ANTI BAKTERI DETTOL DI KOTA BEKASI**

Desti Dirnaeni

Universitas Gunadarma, destidirnaemi@staff.gunadarma.ac.id

## **ABSTRAK**

*Indonesia menjadi salah satu negara yang terkena dampak virus Covid-19 hal ini mengakibatkan masyarakat menjadi resah, sehingga masyarakat mejadi panik dan berusaha melindungi diri mereka dari virus tersebut, diantaranya dengan membeli produk kesehatan salah satunya sabun mandi batang anti bakteri Dettol. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kesan kualitas, citra merek dan harga secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian sabun batang anti bakteri Dettol di kota Bekasi. Metode yang digunakan dalam perolehan data yaitu dengan tehnik wawancara dan menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang sudah menggunakan sabun batang Dettol selama dua minggu. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan uji Validitas, reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji t dan uji f. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka diperoleh hasil, kesan kualitas dan citra berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian sedangkan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan kesan kualitas, citra merek dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sabun batang anti bakteri Dettol.*

*Kata Kunci: Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian, Kesan Kualitas*

## **PENDAHULUAN**

Negara di dunia saat ini sedang mengalami masa sulit karena penyebaran virus Covid-19 atau yang kita kenal dengan Virus Corona, virus tersebut berasal dari kota Wuhan, Cina. Penyebaran virus tersebut sangatlah cepat, yang awalnya hanya dari kota wuhan namun kini sudah menyebar di seluruh dunia, dan salah satu negara yang terdampak akibat virus tersebut adalah Indonesia.

Indonesia menjadi salah satu negara yang tak luput dari keganasan virus corona tersebut. Awal penyebaran virus yang terjadi di Indonesia, dikarenakan dua orang warga indonesia yang berasal dari wilayah kota Depok, Jawa Barat bertemu dengan dua warga negara asing, dan tak lama waktu berselang dua orang tersebut terpapar virus corona. Sejak saat itu penyebaran virus semakin meluas, hal ini dikarenakan juga akses keluar masuk

bandara dari warga lokal dan juga internasional.

Dampak dari penyebaran virus tersebut menyebabkan kegiatan dari beberpa pihak terpaksa dibatalkan, kepanikan di masyarakat, sehingga mereka memborong persediaan makanan, lalu beberapa perusahaan atau usaha kecil banyak yang terancam bangkrut, sehingga mereka mem-phk hingga merumahkan karyawan mereka karena pandemik tersebut.

Virus tersebut tidak dapat dianggap sepele, karena dapat merenggut nyawa seseorang. Oleh sebab itu WHO mewajibkan seluruh masyarakat di dunia untuk menggunakan masker, menjaga jarak dan tidak bersentuhan jika berbicara dengan orang lain. Kemudian setelah bepergian atau melakukan suatu kegiatan wajib setelahnya mencuci tangan dengan sabun dibawah air yang mengalir.

Masyarakat saat ini berusaha untuk melindungi diri agar tidak terpapar virus tersebut, yaitu dengan mengkonsumsi vitamin, menggunakan masker mulut, *Face Shield*, menggunakan *Handsanitizer* setelah menyentuh barang, menyemprotkan disinfektan, dan juga menggunakan sabun kesehatan untuk mandi dan cuci tangan. Barang-barang tersebut menjadi langka sehingga banyak oknum yang menjual dengan harga tinggi. Salah satu barang yang mengalami kelangkaan dan kenaikan harga adalah sabun batang anti bakteri Dettol.

Sabun Dettol merupakan salah satu sabun kesehatan atau antibakteri yang dapat membersihkan dan melindungi kulit dari bakteri yang tak terlihat. Sudah lebih dari 80 tahun, Dettol telah menjadi terdepan dalam perlindungan terhadap kuman penyakit. Namun sebelum virus corona itu ada, sabun Dettol tergolong salah satu sabun batangan yang harganya tergolong mahal jika dibandingkan dengan sabun batang lainnya, oleh sebab itu banyak dari beberapa masyarakat yang lebih memilih merek sabun batangan lain yang harganya lebih murah. Namun ketika hadirnya virus corona yang mengancam seluruh masyarakat di Indonesia, sabun batang merek Dettol menjadi sabun yang paling dicari.

Berdasarkan tabel 1, Dettol tidak mengalami perubahan dalam nomor urut, namun terjadi peningkatan pada persentasenya. Pada tahun 2019 fase 1, sabun Dettol berada pada posisi ke tiga dengan persentase sebanyak 10%. Pada tahun 2020 masih berada di posisi yang sama di urutan ketiga, namun jumlah persentase bertambah 0,4% sehingga terjadi penambahan menjadi 10,4%, angka tersebut masih berada di awal tahun 2020, bisa jadi akan semakin bertambah hingga akhir tahun 2020. Dalam hal ini tentunya masyarakat berusaha melakukan yang terbaik untuk melindungi diri mereka

dan keluarga mereka dari bahayanya virus corona, salah satunya dengan menggunakan produk pembersih, yaitu sabun mandi dengan merek tertentu, salah satu pilihan mereka diantaranya jatuh pada produk sabun mandi batang merek Dettol.

Semenjak adanya pandemik, penjualan sabun Dettol mengalami peningkatan. Hal tersebut dikarenakan disinfektan dianggap dapat digunakan sebagai pelindung dari terpaparnya virus corona. Bahkan di Cina, permintaan akan produk Dettol diantaranya gel tangan sangat meningkat tajam. Namun menurut WHO mencuci tangan dengan sabun merupakan salah satu upaya untuk menjaga kesehatan yang paling utama dalam menghadapi wabah virus corona. Dettol sendiri sudah memiliki kualitas kesan yang baik, citra merek yang baik dibenak masyarakat sebagai salah satu sabun antibakterial. Harga yang mereka tawarkan juga beragam dengan berbagai macam variasi aroma, ukuran serta kemasan. Dengan adanya musibah yang terjadi saat ini sebagian dari masyarakat memutuskan untuk membeli produk tersebut, karena citra merek dan informasi yang diperoleh dari pihak lain mengenai sabun tersebut yang sudah dikenal dengan sabun antibakteri. Berdasarkan latar belakang yang sudah dirumuskan tersebut, terdapat beberapa tujuan penelitian yang ingin dicapai, diantaranya:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kesan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian sabun batang anti bakteri Dettol di kota Bekasi.
2. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian sabun batang anti bakteri Dettol di kota Bekasi.
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian sabun batang anti bakteri Dettol di kota Bekasi.

4. Untuk mengetahui pengaruh kesan kualitas, citra merek dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian sabun batang anti bakteri Dettol di kota bekasi.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode statistik untuk menganalisis sebuah data. Penulisan menggunakan tipe deskriptif dan infrensial, yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data secara sistematis yang bertujuan untuk menjawab hipotesis yang terdapat di dalam penelitian ini.

### **Objek Penelitian**

Objek dalam penelitian ini adalah sabun mandi batang anti bakteri Dettol, dengan subjek masyarakat di kota bekasi yang menggunakan sabun batang anti bakteri Dettol.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang terdapat di kota Bekasi, dan jumlah populasi dalam penelitian ini dapat diketahui, yaitu berjumlah 2.245.242 jiwa.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan ciri khas yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014). Karena populasi diketahui jumlahnya maka untuk menentukan sampel yang dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan eror sebesar 10%, sehingga diperoleh hasil sampel sebanyak 100 responden.

### **Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik penentuan sampel didalam penelitian ini yaitu dengan non probabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode *convenience* dan *purposive* sampling, yaitu dengan pemilihan konsumen dari sabun mandi batang merek Dettol dan telah menggunakannya minimal selama 2 minggu terhitung sejak 1 februari 2020 dan berdomisili di Kota Bekasi.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel di dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan data primer yaitu dengan melakukan penyebaran kuesioner dan wawancara kepada para konsumen yang memutuskan untuk melakukan pembelian pada produk sabun batang anti bakteri Dettol.

### **Uji Validitas dan Reliabilitas**

Uji Validitas adalah suatu derajat ketepatan alat ukur penelitian tentang isi atau arti sebenarnya sehingga dapat menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrument. Mengukur kevalidan dari suatu item pernyataan dapat dilakukan dengan menggunakan analisis faktor (Umar, 2003). Dalam penelitian ini agar validitas memenuhi syarat maka *Cronbach alpha* yang digunakan sebesar 0,6 (Ghozali, 2008).

Uji Reliabilitas adalah serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi jika pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan secara berulang. Reliabilitas tes, merupakan tingkat konsistensi suatu tes, adalah sejauh mana tes dapat dipercaya untuk menghasilkan skor yang konsisten, relatif tidak berubah meskipun diteskan pada situasi yang berbeda (Sugiyono, 2014).

### Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah salah satu syarat statistik yang harus dipenuhi sebelum dilakukan perhitungan Regresi Linier Berganda. Dalam penelitian ini uji yang digunakan, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedestisitas. Jika hasil perhitungan dari ketiga faktor uji asumsi klasik tersebut tidak didapati masalah, maka dapat dilakukan perhitungan uji regresi linier berganda.

### Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediator dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya lebih dari satu (Sugiyono, 2014). Berikut persamaan regresi linier berganda :

$$Y = \alpha + X1b1 + X2b2 + X3b3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian;  $\alpha$  = Koefisien konstanta; b1, b2, b3 = Koefisien regresi; X1 = Kesan Kualitas X2 = Citra Merek; X3 = Harga;  $\varepsilon$  = Error, variabel gangguan.

### Uji Hipotesis

Uji t dilakukan untuk menguji koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk

mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan (Sugiyono, 2014).

berikut:

H0 = diterima jika nilai  $\leq$  atau nilai sig > 0,05

H1 = ditolak jika nilai  $\geq$  atau nilai sig < 0,05.

Tahap selanjutnya adalah uji F. Hal ini dilakukan untuk menguji koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara simultan terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2014).

H0 = ditolak jika > atau nilai sig < 0,05

H1 = diterima jika < atau nilai sig > 0,05

### Uji Determinasi

Koefisien determinasi merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan antara nilai dugaan atau garis regresi dengan data sampel. Apabila nilai koefisien korelasi sudah diketahui, maka untuk mendapatkan koefisien determinasi dapat diperoleh dengan mengkuadratkannya.

Tabel 1.

#### TOP Brand Index Fase 1 Tahun 2019 dan 2020 Kategori Sabun Mandi

Top Brand Index Fase 1 2019			Top Brand Index Fase 1 2020		
Brand	Tbi 2019	Top	Brand	Tbi 2020	Top
Lifebuoy	40,9%	Top	Lifebuoy	35.0%	Top
Lux	15,8%	Top	Lux	18.5%	Top
Dettol	10,0%	Top	Dettol	10.4%	Top
Shinzui	7,1%		Shinzui	5.2%	
Giv	6,3%		GIV	4.8%	

sumber: Top Brand, 2020

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh hasil perhitungan uji validitas sebagai berikut (Tabel 2).

Berdasarkan hasil tabel di atas, diketahui bahwa setiap item memiliki nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel, maka dapat dinyatakan bahwa dalam penelitian ini, data yang sudah diolah dapat dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh hasil perhitungan uji reliabilitas sebagai berikut (Tabel 3).

Berdasarkan hasil tabel di atas, diketahui bahwa data yang diperoleh memiliki *cronbach alpha* sebesar 0,761 dan hasil tersebut memperoleh hasil lebih besar dari 0,60 maka dapat dinyatakan bahwa data tersebut reliabel.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil perhitungan uji normalitas sebagai berikut (Gambar 1).

Pada hasil uji normalitas pada gambar di atas, titik-titik tersebut mengikuti garis diagonal dari titik 0 dan tidak melebar terlalu jauh, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

#### Uji Multikolinearitas

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil perhitungan uji normalitas sebagai berikut (Tabel 4).

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, dapat diketahui nilai pada kolom Collinearity Statistics, pada kolom Tolerance dari ketiga variabel tersebut memiliki nilai lebih dari 0,1 dan pada kolom VIF masing-masing dari ketiga variabel memiliki

nilai lebih kecil dari 10. Dengan demikian pada hasil uji Multikolinearitas dapat dikatakan tidak terjadi korelasi yang sangat kuat antara setiap variabel independen.

### Uji Heteroskedestisitas

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh hasil perhitungan uji normalitas sebagai berikut (Gambar 2).

Berdasarkan gambar scatterplot di atas, diketahui bahwa titik-titik pada gambar di atas menyebar di atas dan dibawah 0 (nol) pada sumbu Y dan X serta tidak membentuk pola tertentu seperti zig-zag dan menumpuk maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedestisitas

### Uji Regresi linier Berganda

Sebelum melakukan uji regresi linier berganda hal yang perlu dilakukan yaitu menghitung uji asumsi klasik diantaranya dengan uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedestisitas. Hasil perhitungan dalam penelitian ini sudah lolos uji asumsi klasik, oleh sebab itu maka dapat dilakukan perhitungan lanjutan yaitu dengan melakukan uji regresi linier berganda, dan hasilnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini (Tabel 5).

Berdasarkan hasil yang terdapat pada tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = 4,039 + 7,991X_1 + 13,561X_2 - 1,061 X_3$$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 4,039, artinya jika kesan kualitas, citra merek dan harga nilainya adalah 0 (nol), maka keputusan pembelian nilainya sebesar 4,039.

2. Koefisien regresi pada variabel kesan kualitas (X1) sebesar 0,429, artinya jika variabel independen lain tetap maka kesan kualitas mengalami kenaikan 1, maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,429. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kesan kualitas dengan keputusan pembelian, semakin naik kesan kualitas maka semakin meningkat keputusan pembelian.
3. Koefisien regresi pada variabel citra merek (X2) sebesar 0,680, artinya jika variabel independen lain tetap maka citra merek mengalami kenaikan 1, maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,680. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara citra merek dengan keputusan pembelian, semakin naik citra merek maka semakin meningkat keputusan pembelian.
4. Koefisien regresi pada variabel harga (X3) sebesar -0,091, artinya jika variabel independen lain tetap maka harga mengalami kenaikan 1, maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,091. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara harga dengan keputusan pembelian, semakin naik harga maka semakin turun keputusan pembelian.

### Hasil Uji Hipotesis

#### Uji t (t-test)

Dalam perhitungan parsial berikut, akan dilakukan untuk mengetahui apakah kesan kualitas, citra merek dan harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Adapun hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 = Kesan kualitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian

sabun batang anti bakteri Dettol di Kota Bekasi.

H2 = Citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sabun batang antibakteri Dettol di Kota Bekasi.

H3 = Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sabun batang anti bakteri Dettol di Kota Bekasi.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh hasil perhitungan uji t (uji parsial) sebagai berikut (Tabel 6).

Berdasarkan hasil yang terdapat pada tabel di atas, maka dapat diketahui hasilnya sebagai berikut :

1. Variabel kesan kualitas sebesar 7,991 dengan signifikan sebesar 0,024. Karena nilai signifikan lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima. Artinya kesan kualitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian sabun batang anti bakteri Dettol di kota Bekasi. Kesan kualitas yang diberikan tentunya sudah memberikan kesan yang baik di benak masyarakat, dengan kandungan antibakteri disabun tersebut tentunya membuat sabun Dettol dikenal sebagai sabun kesehatan.
2. Variabel citra merek sebesar 13,561 dengan signifikan sebesar 0,000. Karena nilai signifikan lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, maka citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sabun batang anti bakteri Dettol di kota Bekasi. Citra dari produk tersebut sudah sangat dikenal baik sebagai sabun anti bakteri, oleh sebab itu masyarakat tentu saja akan memutuskan untuk membeli sabun batang Dettol sebagai salah satu pelindung diri dari virus dan bakteri yang tak terlihat.

3. Variabel harga sebesar -1,061 dengan signifikan sebesar 0,291. Karena nilai signifikan lebih besar dari nilai probabilitas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak. Artinya harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sabun batang anti bakteri Dettol di kota Bekasi. Dengan adanya pandemik saat ini, membuat masyarakat mencari sabun anti bakteri salah satunya sabun Dettol hingga sempat terjadi kelangkaan di beberapa outlet, dan terjadi kenaikan harga di beberapa *merchant*. Artinya, saat ini harga tidak mempengaruhi masyarakat untuk tetap membeli sabun batang Dettol, sebarangpun harganya konsumen pasti akan membelinya.

#### Uji F (Simultan)

Dalam perhitungan simultan berikut, akan dilakukan untuk mengetahui apakah kesan kualitas, citra merek dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Adapun hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H0 = Kesan kualitas, citra merek dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sabun batang anti bakteri Dettol di Kota Bekasi.

H1 = Kesan kualitas, citra merek dan harga tidak berpengaruh

secara simultan terhadap keputusan pembelian sabun batang antibakteri Dettol di Kota Bekasi.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh hasil perhitungan uji f (uji simultan) sebagai berikut.

Berdasarkan hasil perhitungan yang terdapat pada tabel di atas, maka didapati hasil nilai kolom F sebesar 64,857 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Berdasarkan hasil tersebut nilai signifikan lebih kecil dari probabilitas 0,05 maka dapat disimpulkan jika H1 diterima. Artinya Kesan kualitas, citra merek dan harga tidak berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sabun batang anti bakteri Dettol di Kota Bekasi.

#### Uji Determiasi

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil perhitungan uji determinasi sebagai berikut :

Tabel 8. Hasil Uji Detreminasi

Berdasarkan hasil tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa nilai R Suare sebesar 0,670 dan angka tersebut sama dengan 67%. Angka tersebut menyatakan bahwa kesan kualitas, citra merek dan harga memiliki pengaruh sebesar 67% dan sisanya 23% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Tabel 2.**  
**Uji Validitas Item Total Statistik**

	r-hitung	r-tabel
KK1	0,375	0,196
KK2	0,545	0,196
KK3	0,392	0,196
KK4	0,440	0,196
KK5	0,324	0,196
KK6	0,502	0,196
KK7	0,341	0,196
KK8	0,424	0,196
KK9	0,177	0,196

Tabel 2 lanjutan

KK10	0,299	0,196
KK11	0,388	0,196
KK14	0,367	0,196
KK15	0,309	0,196
KK16	0,267	0,196
KK17	0,451	0,196
KK18	0,405	0,196
KK19	0,518	0,196
KK20	0,279	0,196
CM1	0,463	0,196
CM2	0,525	0,196
CM3	0,482	0,196
CM4	0,559	0,196
CM5	0,377	0,196
CM6	0,417	0,196
CM7	0,479	0,196
H1	0,170	0,196
H2	0,163	0,196
H3	0,017	0,196
H4	0,146	0,196
H5	0,097	0,196
KP1	0,532	0,196
KP2	0,405	0,196
KP3	0,444	0,196
KP4	0,364	0,196
KP5	0,321	0,196
KP6	0,564	0,196

**Tabel 3.**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

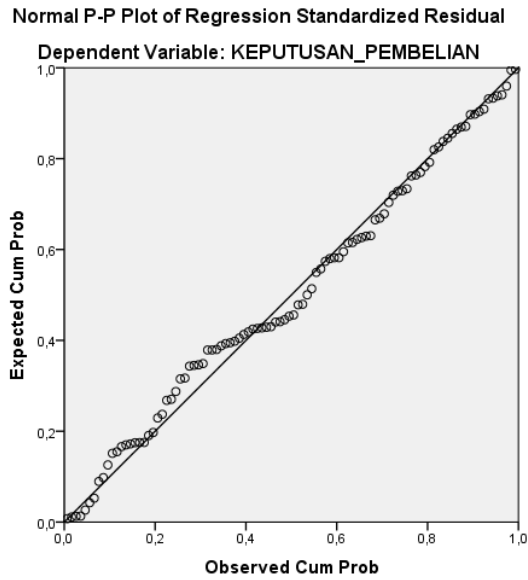
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,761	,873	39

**Tabel 4.**  
**Uji Multikolinearitas**

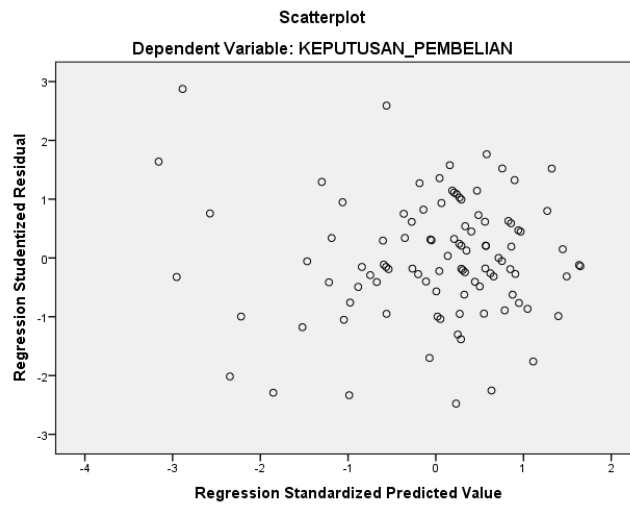
Model		Correlations			Collinearity Statistics	
		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)					
	Kesan_Kualitas	,192	,101	,058	,966	1,035
	Citra_Merek	,813	,811	,796	,969	1,032
	Harga	-,014	-,108	-,062	,986	1,014

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian





**Gambar 1. Normal P Plot**



**Gambar 2. Scatterplot**

**Tabel 5.**  
**Uji Regresi Linier Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	4,039	3,113		1,297	,198
	Kesan_Kualitas	,429	,039	,559	7,991	,024
	Citra_Merek	,680	,050	,808	13,561	,000
	Harga	-,091	,086	-,063	-1,061	,291

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian

**Tabel 6.**  
**Uji t (Parsial)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	4,039	3,113		1,297	,198
	Kesan_Kualitas	,429	,039	,559	7,991	,024
	Citra_Merek	,680	,050	,808	13,561	,000
	Harga	-,091	,086	-,063	-1,061	,291

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian

**Tabel 7.**  
**Hasil Uji F (simultan)**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1283,222	3	427,741	64,857	,000 <sup>b</sup>
	Residual	633,138	96	6,595		
	Total	1916,360	99			

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga, Citra\_Merek, Kesan\_Kualitas

**Tabel 8.**  
**Hasil Uji Detreminasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,818 <sup>a</sup>	,670	,659	2,568

a. Predictors: (Constant), Harga, Citra\_Merek, Kesan\_Kualitas

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa kesan kualitas, berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian sabun batang anti bakteri Dettol di Kota Bekasi. Citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sabun batang anti bakteri Dettol di Kota Bekasi. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sabun batang anti bakteri Dettol di Kota Bekasi. Kesan kualitas, citra merek dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sabun batang anti bakteri Dettol di Kota Bekasi.

Saran yang dapat diberikan pada penelitian ini, yaitu selain memberikan perlindungan kesehatan dan gaya hidup

para konsumen, juga dapat memberikan edukasi mengenai kesehatan kepada masyarakat, karena banyak masyarakat yang masih tidak peduli dengan kesehatan, Dettol dapat memperbanyak variasi aroma dari sabun batang anti bakteri, dan harga yang lebih terjangkau agar seluruh lapisan masyarakat dapat membeli sabun batang anti bakteri Dettol.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. (2002). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghozali, I. (2008). *Model Persamaan Struktural : Konsep & Aplikasi dengan Program AMOS 16.0*. Semarang: UNDIP.
- Husein, U. (2003). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Lestari, M. N. (2009). *Pengaruh Kesan Kualitas dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Merek*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Mery Lani Purba, E. T. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Body Wash Merek Dettol pada Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan Kelurahan Pandau Hilir Lingkungan VIII. *Jurnal Mutiara Manajemen* , 3, 235-242.
- Philip Kotler, G. A. (2004). *Dasar-dasar pemasaran* (9 ed.). Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Reni, H. M. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Iklan dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Lux Cair. *Journal of Social and Politic* , 1-10.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.