

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE
SOMETHING (STUDI KASUS KONSUMEN
SKINCARE SOMETHINC DAERAH
DEPOK)**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

**ANNASTASYA ROSALYN
NIM: 2412008190**



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2024**



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE
SOMETHINC (STUDI KASUS KONSUMEN
SKINCARE SOMETHINC DAERAH
DEPOK)**

Oleh:

Nama : ANNASTASYA ROSALYN
NIM : 2412008190
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 09 Agustus 2024

Dosen Pembimbing

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Mei Iswandi, S.E., MM

Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si

Mengesahkan,
Ketua Sekolah tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, MS



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE
SOMETHING (STUDI KASUS KONSUMEN
SKINCARE SOMETHING DAERAH
DEPOK)**

Oleh:

Nama : ANNASTASYA ROSALYN
NIM : 2412008190
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Jumat
Tanggal : 09 Agustus 2024
Waktu : 14.20-15.40 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Dr. Rizal Bakti, SE, MM (.....)

Anggota 1 : Gena Prasetya Noor, SH, MM (... ..)

Mengesahkan,
Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ANNASTASYA ROSALYN
NIM 2412008190
Nomor KTP 3276035606020004
Alamat : Bukit Sawangan Indah, Blok A4 No.16

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Citra Merek dan Keputusan Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc (Studi Kasus Konsumen Skincare Somethinc Daerah Depok) ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (plagiat).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan/atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 09 Agustus 2024

ANNASTASYA ROSALYN

ABSTRAK

ANNASTASYA ROSALYN. NIM 2412008190. Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc (Studi Kasus Konsumen Skincare Somethinc Daerah Depok)

Dalam era globalisasi, banyaknya usaha baru yang mulai dirintis oleh masyarakat. Industri yang semakin berkembang salah satunya adalah skincare. Permasalahan yang dihadapi adalah meningkatnya brand skincare sejenis serta kualitas brand yang bermunculan dapat menjadi pesaing bagi brand skincare Somethinc.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincarrle Somethinc (Studi Kasus Konsumen Skincare Somethinc di Kecamatan Tapos). Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif melalui pendekatan menggunakan survei serta menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian ini. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pemilihan sample dilakukan dengan cara purposive sampling. Sample tersebut berjumlah 100 responden dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa faktor faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah citra merek dan kualitas produk sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil analisis yaitu nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel citra merek menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan variabel kualitas produk menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka secara parsial kedua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk skincare Somethinc.

Kata kunci : citra merek, kualitas produk, keputusan pembelian.

ABSTRACT

ANNASTASYA ROSALYN. NIM 2412008190. The Effect of Brand Image and Product Quality on Purchasing Decision of Somethinc Skincare (Case Study of Somethinc Skincrae Customers in the Depok Area).

In the era of globalization, many new businesses are starting to be pioneered by the community. One of the growing industries is skincare. The problem faced is the increase in similar skincare brands and the quality of brands that have sprung up that can become competitors for the Somethinc skincare brand.

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of brand image and product quality on purchasing decisions for Somethinc Skincarrle (Case Study of Somethinc Skincare Consumers in Tapos District). The type of research used is quantitative through a survey approach and using a questionnaire as an instrument for this research. The data analysis model used is multiple linear regression analysis. The sample selection was carried out by purposive sampling. The sample amounted to 100 respondents using multiple linear regression analysis.

The regression test results show that the factors that influence purchasing decisions are brand image and product quality while the remaining is influenced by other factors not examined in this study. The results of the F test show that simultaneously the brand image and product quality variables have a positive and significant effect on purchasing decisions with the results of the analysis, namely the Fcount value > Ftable. The t test results show that the brand image variable shows the results of the tcount analysis and the product quality variable shows the tcount.

Keywords : Brand image, product quality, purchasing decisions.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, karena berkat rahmat serta hidayah-Nya telah memberikan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyusun hingga menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Penelitian dengan judul Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc (Studi Kasus Konsumen Skincare Somethinc Daerah Depok) ini diajukan dan disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada jurusan Manajemen Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan dipilihnya judul tersebut karena penulis melihat fenomena masyarakat yang mulai peduli dengan kecantikan/penampilan dengan bentuk pembelian *skincare*. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai merek dan kualitas produk yang disenangi oleh masyarakat.

Dalam proses penyusunannya, berbagai pihak telah memberi banyak bantuan serta dukungan secara langsung maupun tidak langsung. Maka dari itu, pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu, khususnya kepada:

1. Bapak Mildy Rifai, S.E., MAP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok, yang selalu berusaha agar Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI semakin berkualitas.
2. Prof. Dr. Abdul Hamid, MS selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi yang telah mengelola kampus dengan baik.
3. Bapak Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang selalu berusaha untuk menjadikan jurusan ini semakin berkualitas.
4. Bapak Mei Iswandi, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, mengarahkan, dan membantu dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, khususnya jurusan Manajemen yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan ilmunya dengan penuh kesabaran, ketekunan, dan dedikasi yang tinggi.

6. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah memberikan pelayanan kepada penulis sepenuh hati.
7. Ayah Ibu, serta seluruh keluarga tercinta penulis yang tidak henti-hentinya memberikaan do'a, perhatian, serta dukungannya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Rekan-rekan mahasiswa Muhammad Ridwan, Nurchaeliza, Amanda Syintia, serta Dea Kristiana yang telah membantu penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
9. Yeni Khonita Aryani, selaku rekan yang selalu memberikan bantuan dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
10. Serta yang terakhir semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, penulis mengucapkan terimakasih. Semoga bantuan dan do'a yang diberikan, dibalas oleh Allah SWT dan dijadikan catatan amal kebaikan. Aamiin.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini masih jau dari kesempurnaan. Oleh karena ini itu, penulis berharap saran dan masukan yang dapat membangun skripsi ini menjadi lebih baik lagi. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, terutama bagi yang berkepntingan.

Depok, 12 Maret 2024
Penulis,

Annastasya Rosalyn
2412008190

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
Skripsi Berjudul	iii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Perumusan Masalah.....	4
1.5 Tujuan Penelitian.....	5
1.6 Manfaat Penelitian.....	5
1.7 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran	7
2.1.2 Teori Citra Merek	8
2.1.3 Teori Kualitas Produk.....	10
2.1.4 Teori Keputusan Pembelian.....	11
2.2 Penelitian terdahulu	14
2.3 Kerangka konseptual	17
2.4 Hipotesis	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	19
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	19
3.2 Jenis Penelitian	19

3.3 Populasi dan Sampel.....	20
3.3.1 Populasi.....	20
3.3.2 Sampel	20
3.4 Teknik Pengumpulan Data	22
3.5 Definisi Operasional Variabel	23
3.5.1 Variabel bebas.....	23
3.5.2 Variabel Terikat	24
3.6 Teknik Analisis Data	26
3.6.1 Skala dan Angka Penafsiran	26
3.6.2. Persamaan regresi	27
3.6.3 Uji Kualitas Data	28
3.6.4 Uji Asumsi Klasik.....	30
3.6.5 Uji Hipotesis	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Hasil Penelitian.....	34
4.1.1 Gambaran Umum Produk	34
4.1.2 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	34
4.1.3 Karakteristik Responden.....	34
4.1.4 Tanggapan Responden	35
4.1.5 Hasil Uji Kualitas Data	40
4.1.6 Hasil Uji Asumsi Klasik	43
4.1.7 Hasil Uji Hipotesis.....	45
4.2 Pembahasan	48
BAB V PENUTUP.....	50
5.1 Simpulan.....	50
5.2 Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	51

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu...	16
Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian...	19
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel...	25
Tabel 3.3 Angka Penafsiran...	27
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	35
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Atas Variabel Citra Merek.....	36
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Produk	37
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Atas Variabel Keputusan Pembelian	39
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	41
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	41
Tabel 4.7 Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan pembelian	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	42
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolenieritas.....	44
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	46
Tabel 4.11 Hasil Uji F	46
Tabel 4.12 Hasil Uji t (Uji Parsial)	47
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Data Skincare Terlaris	2
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan	12
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	17
Gambar 3.1 Data Penduduk Kecamatan Tapos.....	20
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	43
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	44
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas... ..	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Penelitian.....	54
Lampiran 2 Kuesioner.....	55
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	58
Lampiran 4 Output SPSS	59
Lampiran 5 Kartu Bimbingan	64
Lampiran 6 Turnitin	65
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup.....	66
Lampira 8 Tabel T dan F.....	67