

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SKINCARE MS GLOW (STUDI KASUS
KONSUMEN DI KECAMATAN
SUKMAJAYA)**

SKRIPSI

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

Oleh :

PUTRI RAHAYU
NIM : 2412008189



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2024



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SKINCARE MS GLOW (STUDI KASUS
KONSUMEN DI KECAMATAN
SUKMAJAYA)**

Oleh:

Nama : PUTRI RAHAYU
NIM : 2412008189
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 05 Agustus 2024

Dosen Pembimbing

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Catik Yustina Mart, SE., MM

Drs. Henky Hendrawan, M.M, M.Si

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SKINCARE MS GLOW (STUDI KASUS
KONSUMEN DI KECAMATAN
SUKMAJAYA)**

Oleh:

Nama : PUTRI RAHAYU
NIM : 2412008189
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Senin
Tanggal : 05 Agustus 2024
Waktu : 14.20 - 15.40 Wib

DAN YANG BERSANGKUT DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Iman Hernawan, SIP, MM (.....)

Anggota : Yumartono, SE, MM (.....)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, MM., M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : PUTRI RAHAYU

Nim : 2412008189

Program Studi : Manajemen

Nomor KTP : 3276057010000001

Alamat : Lingkungan Cipayung rt 01 rw 021 kel. abadijaya

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS GLOW" ini adalah karya saya sendiri dan bukan plagiat.
2. Memberikan izin kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici untuk menggunakan skripsi ini untuk tujuan akademis, baik dengan pengetahuan saya sebagai penulis maupun tanpa pengetahuan saya, dengan menyimpan, mengalihmediakan, mengubah format, mengelola, dan mempublikasikan secara bebas melalui media seperti internet.

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 keserjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya saya ucapkan tarima kasih.

Depok 05 Agustus 2024

PUTRI RAHAYU

ABSTRAK

PUTRI RAHAYU. NIM 2412008189. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Kecamatan Sukmajaya).

Kecantikan telah menjadi hal yang didambakan bagi para wanita. hampir semua masyarakat menggunakan produk kecantikan. Kaum wanita bahkan berani mengeluarkan uang yang besar untuk perawatan diri untuk mendapatkan penampilan yang menarik. Hal ini menunjukkan bahwa produk kecantikan telah menjadi bagian penting dari perawatan diri. Adapun permasalahan yang dihadapi seperti adanya terkadang packaging kurang rapih, Semakin banyaknya pesaing sejenis dengan merek yang berbeda hingga persaingan semakin ketat.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian *Skincare* MS GLOW di Kecamatan Sukmajaya. Jenis Metode Penelitian yang digunakan adalah Metode kuantitatif dengan Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model penelitian data yang digunakan adalah penelitian regresi linier berganda. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling*, adapun sampel tersebut berjumlah 100 responden.

Hasil uji regresi menunjukkan 56,7% faktor – faktor keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kualitas produk, citra merek dan harga sedangkan sisanya 43,3% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian. Sedangkan hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas produk, citra merek dan harga secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil penelitian yaitu nilai $F_{hitung} (44,254) > (2,700)$. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas produk menunjukkan hasil penelitian $t_{hitung} (2,068)$, variabel citra merek menunjukkan hasil penelitian $t_{hitung} (3,156)$ dan variabel harga menunjukkan hasil penelitian $t_{hitung} (2,724)$ dimana $t_{tabel} (1,985)$ maka secara parsial ketiga variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *skincare* MS GLOW di Kecamatan Sukmajaya. Variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian *skincare* MS GLOW di Kecamatan Sukmajaya adalah harga.

Kata Kunci : kualitas produk, citra merek, harga, keputusan pembelian.

ABSTRACT

PUTRI RAHAYU. NIM 2412008189. Influence Of Product Quality, Brand Image And Price On Purchasing Decisions (Case Study Of Sukmajaya District Consumer).

Beauty has become something that women desire. Almost all people use beauty products. Women even dare to spend a lot of money on self-care to get an attractive appearance. This shows that beauty products have become an important part of personal care. The problems faced include sometimes packaging not being neat enough, the increasing number of similar competitors with different brands, so competition is getting tighter.

The aim of this research is to determine and analyze the influence of product quality, brand image and price on purchasing decisions for MS GLOW Skincare in Sukmajaya District. The type of research method used is a quantitative method with data collection methods using questionnaires. The data research model used is multiple linear regression research. Sample selection was carried out using purposive sampling, while the sample consisted of 100 respondents.

*The results of the regression test show that 56.7% of purchasing decision factors can be explained by product quality, brand image and price, while the remaining 43.3% is explained by other factors not examined in the research. Meanwhile, the results of the *F* test show that simultaneously the variables product quality, brand image and price simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions with the research results being the *F*count value $(44.254) > (2.700)$. The results of the *t* test show that the product quality variable shows the research results *t*count (2.068), the brand image variable shows the research results *t*count (3.156) and the price variable shows the research results *t*count (2.724) where *t*table (1.985), then partially the three variables have a positive and significant effect regarding the decision to purchase MS GLOW skincare in Sukmajaya District. The most dominant variable influencing the decision to purchase MS GLOW skincare in Sukmajaya District is price.*

Keywords: product quality, brand image, price, purchasing decisions.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillahirobbil'alamin, Allah SWT telah memberi penulis kesempatan untuk menyelesaikan penelitian ini berkat rahmat dan hidayat-Nya. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi. Salam dan shalawat tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarganya, sahabatnya, dan semua orang yang menjadi umat Nya.

Keberhasilan penulis dalam melakukan penelitian dan menyusun skripsi yang judul” Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* MS GLOW “ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin berterima kasih setulus-tulusnya terutama kepada berbagai pihak berikut ini:

1. Bapak Mildy Rifai, SE. selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici ini dengan baik.
2. Bapak Prof Dr. Abdul Hamid, M.S, selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici yang telah mengelola kampus dengan baik.
3. Bapak Drs. Hanky Hendrawan, M.M, M.Si selaku ketua Jurusan Manajemen STIE GICI
4. Ibu Catik Yustina Mart, SE, MM. selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis menyusun skripsi ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketakunan dan dedikasi yang tinggi memberikan ilmu yang sangat bermanfaat kepada penulis.
6. Segenap Staff dan karyawan Sekolah Tinggi ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepuh hati.
7. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2020 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi ilmu Ekonomi GICI dengan penuh suka cita
8. Kepada orang tua tercinta, bapak Namin Asnan dan Ibu Manih yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.

9. Kakak-kakak tersayang Khaerudin SE dan Jahruddin SE, terima kasih sudah memberikan doa, semangat, motivasi, waktu dan perhatiannya yang sangat luar biasa kepada penulis
10. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya. Mubashiru Ahdi A'fi U'fa Diril Jalal. Terima kasih selalu menemani dalam keadaan suka maupun duka, yang selalu mendengarkan keluh kesah saya, dan selalu memberikan dukungan terhadap saya. Terima kasih karena sudah bersedia menemani dan mendukung saya hingga saat ini.
11. Selain itu, semua pihak yang tidak dapat sebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini memiliki banyak kekurangan dan harus diperbaiki. penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pembaca. Di masa yang akan datang, penulis berharap dapat menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih

Depok 05 Agustus 2024

PUTRI RAHAYU
NIM 2412008189

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBARAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR SIDANG.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Pembatasan Masalah	4
1.4 Perumusan Masalah.....	4
1.5 Tujuan Penelitian.....	5
1.6 Manfaat Penelitian.....	5
1.7 Sistematik Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1. Manajemen Pemasaran	7
2.1.2 Pengertian Kualitas produk	7
2.1.3 Pengertian Citra Merek.....	9
2.1.4 Pengertian Harga	11
2.1.5 Pengertian Keputusan Pembelian.....	13
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Konseptual	19
2.4 Hipotesis	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	21
3.2 Jenis Penelitian	21
3.3 Populasi dan Sampel.....	21

3.3.1 Populasi	21
3.3.2 Sampel	22
3.4 Teknik Pengumpulan Data	23
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	23
3.5.1 Variabel bebas (independent Variabel).....	24
3.5.2 Variabel Terikat (Dependent Variabel).....	25
3.6 Teknik Analisis Data.....	28
3.6.1 Skala Angka Penafsiran.....	28
3.6.2 Persamaan Regresi linear berganda.....	29
3.6.3 Uji Kualitas Data	30
3.7 Uji Asumsi Klasik	32
3.8 Hipotesis	33
BAB IV HASIL & PEMBAHASAN	36
4.1 Hasil Penelitian	36
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	36
4.1.2 Karakteristik Responden	37
4.1.3 Tanggapan Responden.....	38
4.1.4 Hasil Uji Kualitas Data.....	45
4.1.5 Asumsi Klasik.....	48
4.1.6 Hasil Uji Hipotesis	50
4.2 Pembahasan	54
BAB V Kesimpulan dan Saran	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	21
Tabel 4.1. Karakteristik Responden.....	37
Tabel 4.2 Tanggapan Responden atas Kualitas Produk.....	39
Tabel 4.3 Tanggapan Responden atas Citra Merek.....	41
Tabel 4.4 Tanggapan Responden atas Harga.....	42
Tabel 4.5 Tanggapan Responden atas Keputusan Pembelian.....	44
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	46
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	46
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	47
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	47
Tabel. 4.10 Hasil Uji Realibilitas.....	48
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	49
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Berganda.....	51
Tabel 4.13 Hasil Uji t (Uji Parsial).....	52
Tabel 4.14 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	53
Tabel 4.15 Koefisien Determinasi.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	14
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir.....	19
Gambar 4.1 Kerangka Berpikir.....	49
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Pendekatan Grafik.....	50

LAMPIRAN

Lampiran Surat Izin Penelitian.....	61
Lampiran 1. Kuesioner.....	62
Lampiran 2. Data Tabulasi	66
Lampiran 3 Hasil Output SPSS	68
Lampiran 4 kartu bimbingan.....	75
Lampiran 5 Plagiarisme.....	76
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup	77
Lampiran 7 Tabel Uji T dan Uji F	78
Lampiran 8 Tabel F.....	79