

**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK
MAYBELLINE
(STUDI KASUS MASYARAKAT KOTA DEPOK)**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY,
AND PRICE ON THE PURCHASE DECISION OF
MAYBELLINE LIPSTICK
(CASE STUDY OF THE PEOPLE OF DEPOK CITY)***

Oleh:
**SELLA NOVELIANA
NIM: 61201021008679**

SKRIPSI



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2025**

**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK
MAYBELLINE
(STUDI KASUS MASYARAKAT KOTA DEPOK)**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY,
AND PRICE ON THE PURCHASE DECISION OF
MAYBELLINE LIPSTICK
(CASE STUDY OF THE PEOPLE OF DEPOK CITY)***

Oleh:
SELLA NOVELIANA
61201021008679

SKRIPSI

Telah disahkan dan diujikan pada :

Tempat : Depok

Tanggal : 12 Juli 2025

Dosen Pembimbing

Ketua Jurusan

Muhammad Aziz Winardi N, ST, MM
NIDN : 0425127704

Drs., Henky Hendrawan, MM., MSi
NIDN : 041607650

Mengetahui,
Ketua
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S
NIDN : 201706570

**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK
MAYBELLINE
(STUDI KASUS MASYARAKAT KOTA DEPOK)**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY,
AND PRICE ON THE PURCHASE DECISION OF
MAYBELLINE LIPSTICK
(CASE STUDY OF THE PEOPLE OF DEPOK CITY)***

Oleh:
SELLA NOVELIANA
61201021008679

SKRIPSI

Telah diujikan pada :
Tempat : Depok
Tanggal : 12 Juli 2025

Ketua Penguji

Anggota Penguji

Drs., Henky Hendrawan., MM., MSi
NIDN : 0416076506

Aldi F. Dira, SE, MM
NIDN : 0404119201

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Drs., Henky Hendrawan., MM., MSi
NIDN : 0416076506

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sella Noveliana
Nim : 61201021008679
Judul Skripsi : PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK,
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
LIPSTIK MAYBELINE (STUDI KASUS
MASYARAKAT KOTA DEPOK).

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Hasil penelitian dan penulisan dari skripsi saya adalah murni hasil pemikiran saya yang dikuatkan dengan adanya cek plagiasi sesuai dengan aturan yang berlaku di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI *Business School*.
2. Hasil Penelitian dan penulisan dari skripsi saya ini, dengan ini dialihkan hak nya kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk paten dan juga hal-hal yang berkaitan.
3. Penulisan hasil penelitian ini (skripsi) telah mengikuti kaidah-kaidah yang berlaku di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI *Business School*.
4. Apabila dikemudian hari, bahwa hasil penelitian ini dan penulisan skripsi ini mempunyai kesamaan atau terdapat unsur penjiplakan terhadap karya ilmiah orang lain, maka dengan ini saya siap menerima sanksi berupa:
 - a. Pencabutan gelar kesarjanaan saya yang telah saya terima.
 - b. Pencabutan ijasah saya sesuai dengan aturan atau undang-undang yang berlaku.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Depok, 12 Juli 2025

Sella Noveliana
61201021008679

Nama Lengkap : Sella Noveliana
NIM : 61201021008679
Judul Skripsi : PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK,
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
LIPSTIK MAYBELLINE (STUDI KASUS
MASYARAKAT KOTA DEPOK).

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand image*, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian Lipstik Maybelline. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa ketiga variabel independen tersebut secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sebagaimana dibuktikan melalui uji F dengan nilai F_{hitung} sebesar $36,932 > F_{tabel}$ 2,700 dan signifikansi 0,000. Uji koefisien determinasi (Adjusted R^2) menunjukkan nilai sebesar 0,668 yang berarti bahwa 66,8% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel *brand image*, kualitas produk, dan harga, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Uji t menunjukkan bahwa secara parsial, ketiga variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, masing-masing dengan nilai signifikansi di bawah 0,05. Di antara ketiganya, variabel *brand image* memiliki pengaruh paling dominan dengan nilai *standardized coefficient beta* sebesar 0,721 dan *t*-hitung sebesar 11,587. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi pencitraan merek dalam mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk kosmetik.

Kata Kunci: Brand Image, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

Name : Sella Noveliana
NIM : 61201021008679
Title : *The Influence of Brand Image, Product Quality, and Price on the Purchase Decision of Maybelline Lipstick (Case Study of the Depok City Community).*

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of brand image, product quality, and price on the purchase decision of Maybelline Lipstick. The analysis method used was multiple linear regression with the help of SPSS software. The results of the hypothesis test show that the three independent variables simultaneously have a significant effect on the purchase decision, as evidenced by the F test with a F_{count} value of 36.932 > F_{table} of 2.700 and a significance of 0.000. The determination coefficient test (Adjusted R^2) showed a value of 0.668 which means that 66.8% of purchase decisions can be explained by brand image, product quality, and price variables, while the rest are influenced by other factors outside the model. The t -test showed that partially, all three variables had a positive and significant effect on the purchase decision, each with a significance value below 0.05. Among the three, the brand image variable had the most dominant influence with a standardized coefficient beta value of 0.721 and a t_{count} of 11.587. These findings confirm the importance of branding strategies in influencing consumer behavior in cosmetic product purchase decisions.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Price, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul **Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Maybelline (Studi Kasus Masyarakat Kota Depok)**. Ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis ingin mengetahui apakah faktor Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Maybelline (Studi Kasus Masyarakat Kota Depok). Oleh sebab itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui lokasi dan harga apa yang diinginkan perusahaan di masa yang akan datang.

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang kepada:

1. Bapak Mildy Rifai, SE. selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Abdul Hamid, SE, M.S, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Bapak Drs. Henky Hendrawan, MM., MSi. selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Prodi ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Bapak Muhammad Aziz Winardi N, ST, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Program Studi Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi.
6. Orang Tua Ibu Nurlaila tersayang yang telah memberikan doa dalam penyusunan proposal skripsi ini dengan baik.
7. Orang Tua Bapak Alm. Suwito yang dimasa hidupnya selalu memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan perkuliahan.
8. Anak tersayang Alinka dan pasangan yang tercinta Suhendra yang selalu memberikan semangat dan suportnya kepada penulis.
9. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
10. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2021 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Amiin.

Depok, 12 Juli 2025
Peneliti,

Sella Noveliana
61201021008679

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL ..	i
LEMBARAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR SIDANG	iii
SURAT 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. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Pembatasan Masalah	7
1.4. Perumusan Masalah	7
1.5. Maksud Tujuan Penelitian	7
1.6. Manfaat Penelitian	8
1.7. Sistematika Penulisan	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	10
2.1.1. Manajemen Pemasaran	10
2.1.2. Brand Image.....	10
2.1.3. Kualitas Produk.....	13
2.1.4. Harga.....	14
2.1.4 Keputusan Pembelian	17
2.2. Penelitian Terdahulu	19
2.3. Kerangka Konseptual	23
2.4. Hipotesis	23
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	25
3.2. Jenis Penelitian	25
3.3. Unit Analisis Data	26
3.3.1. Populasi	26
3.3.2. Sampel	26

3.4. Teknik Pengumpulan Data	27
3.5. Definisi Operasional Variabel.....	28
3.5.1. Variabel Bebas	28
3.5.2. Variabel Terikat	29
3.6. Teknik Analisis Data	31
3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran	31
3.6.2. Persamaan Regresi Linear Berganda	32
3.6.3. Uji Kualitas Data	33
3.6.4. Uji Asumsi Klasik	35
3.6.5. Uji Hipotesis	35
 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian	38
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	38
4.1.2. Visi, Misi dan Logo	39
4.1.3. Karakteristik Responden	39
4.1.4. Tanggapan Responden	42
4.1.6. Hasil Uji Kualitas Data	49
1. Uji Validitas	49
2. Uji Reliabilitas	53
4.1.7. Hasil Uji Asumsi Klasik	54
1. Uji Normalitas	54
2. Uji Multikolinieritas	55
3. Uji Heteroskedastisitas	56
4.1.8. Hasil Uji Hipotesis	57
1. Persamaan Regresi Linier Berganda	58
2. Hasil Uji F (Simultan)	59
3. Koefisien Determinasi	59
4. Hasil Uji t (Parsial)	60
5. Pengaruh Dominan	60
4.2. Pembahasan	61
 BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	63
5.2. Saran	64
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian	24
Tabel 3.2. Jumlah Penduduk Jenis Kelamin Perempuan Kota Depok	25
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel	29
Tabel 3.3. Angka Penafsiran	31
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	40
Tabel 4.2. Tanggapan Responden Atas Variabel <i>Brand Image</i>	42
Tabel 4.3. Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Produk	43
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Atas Variabel Harga	46
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Atas Variabel Keputusan Pembelian	47
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	50
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	50
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Harga	51
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	51
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.11. Hasil Uji One Kolmogorov Smirnov Test	55
Tabel 4.12. Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance dan VIF)	56
Tabel 4.13. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Pendekatan Glejser	57
Tabel 4.14. Hasil Uji Regresi Berganda	58
Tabel 4.15. Hasil Uji F	59
Tabel 4.16. Koefisien Determinasi	60
Tabel 4.17. Hasil Uji t (Uji Parsial)	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penjualan Produk Kosmeti	3
Gambar 1.2. Market Share	19
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Penelitian	22
Gambar 4.1. Logo Maybelline	39
Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram	54
Gambar 4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Pendekatan Grafik	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat keterangan Penelitian	69
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	70
Lampiran 3. Tabulasi Data	75
Lampiran 4. Hasil Output SPSS	76
Lampiran 5. Kartu Bimbingan	84
Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup.....	85
Lampiran 7. Ttabel dan Ftabel	86
Lampiran 8. Hasil Cek <i>Plagiarisme</i>	88