

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK *SUNSCREEN*
“MEREK AZARINE” (PADA GENERASI Z BEKASI)**

SKRIPSI

**Oleh:
Shofi Sutji Awalya
(201910325002)**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk *Sunscreen* “Merek Azarine” (Pada Generasi Z Bekasi).

Nama : Shofi Sutji Awalya

NPM : 201910325002

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 13 Juli 2023

Jakarta, 20 Juli 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing

Pembimbing I



Widi Wiharso, SE, MM

NIDN. 0319067606

Pembimbing II



Haryudi Anas, SE, MSM

NIDN. 031717801

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk *Sunscreen* “Merek Azarine” (Pada Generasi Z Bekasi).

Nama Mahasiswa : Shofi Sutji Awalya

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325002

Program Studi/ Fakultas : Manajemen/ Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 13 Juli 2023

Jakarta, 20 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Agus Dharmanto, SE, MM

NIDN. 0305087310

Sekretaris Tim Penguji : Dr. Dewi Sri Wulandari, SE., M.Sc

NIDN. 0303017106

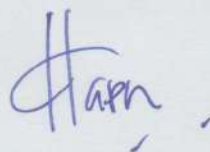
Penguji : Widi Winarso, SE, MM

NIDN. 0319067606

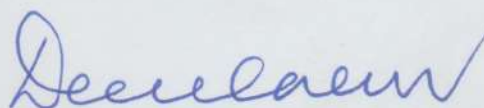
MENGETAHUI,

Ketua Prodi Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Hadita, S.Pd., M.M
NIDN: 0329048302



Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA.
NIDN: 0310036407

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk *Sunscreen* “Merek Azarine” (Pada Generasi Z Bekasi). Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 20 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Shofi Sutji Awalya

201910325002

ABSTRAK

Perkembangan produk perawatan tubuh khususnya pada bagian wajah merupakan salah satu bagian yang dapat menunjang penampilan dan menjadi sebuah kebutuhan wajib bagi setiap orang. Produk perawatan wajah adalah salah satu yang tidak bisa dipisahkan apalagi oleh kaum perempuan. Para konsumen khususnya pada generasi sekarang ini lebih selektif dalam memilih produk, apakah sesuai dengan tipe wajah mereka. Alhasil banyak pengusaha yang berebut memunculkan produk-produk terbaru terutama produk *sunscreen* kepada konsumen. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui secara simultan dan parsial dari variabel bebas yaitu, Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk, variabel terikat Minat Beli. Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang dimana dalam penelitian ini menggunakan perhitungan *Purposive Sampling* dengan rumus Hair. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen dari produk *sunscreen* Azarine dengan sampel 170 responden. Berdasarkan hasil dari penelitian ini, dalam uji parsial (T) variabel Citra Merek memiliki pengaruh positif secara parsial terhadap Minat Beli dengan nilai 3.846 (t-hitung) > 1.974 (t-tabel) dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Variabel Harga memiliki pengaruh positif terhadap Minat Beli dengan nilai (t-hitung) sebesar 5.019 > 1.974 (t-tabel) dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ dan variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh positif secara parsial terhadap Minat Beli dengan nilai 5.358 (t-hitung) > 1.947 (t-tabel) dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Selanjutnya dalam uji simultan (f) Variabel Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif terhadap Variabel Minat Beli dengan nilai (f-hitung) sebesar 89.335 > 2.66 (f-tabel) dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$. Kemudian uji determinasi (R²) dihasilkan bahwa kolerasi antara tiga variabel variabel Citra Merek (X1), Harga (X2) dan Kualitas Produk (X3) terhadap Minat Beli (Y) sebesar 61.1%.
Kata kunci: Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Minat Beli.

ABSTRACT

The development of body care products, especially for the face, is one part that can support appearance and is a mandatory requirement for everyone. Facial care products are one that cannot be separated, especially by women. Consumers, especially in the current generation, are more selective in choosing product, whether in accordance with their facial type. As a result, many entrepreneurs are scrambling to bring out the latest products, especially sunscreen products to consumers. This research was conducted aiming to determine simultaneously and partially from the independent variables namely, Brand Image, Price, and Quality Product, the dependent variable Purchase Interest. The method used in this study uses a quantitative method, which is wherein this research uses Purposive Sampling calculations with the Hair formula. The population in this study were all consumers of Azarine sunscreen products with a sample of 170 respondents. Based on the results of this study, in the test Partial (T) Brand Image variable has a positive influence partially on Purchase Interest with a value of 3,846 (t-count) > 1,974 (t-table) with a significance value of 0,000 < 0.05. The price variable has a positive influence on Purchase Intention with a value (t-count) of 5.019 > 1.974 (t-table) with a significance value of 0.000 > 0.05 and Product Quality variable has a partially positive influence on Purchase Intention with a value of 5,358 (t-count) > 1,947 (t-table) with a significance value of 0,000 < 0.05. Furthermore, in the simultaneous test (f) Brand Image, Price and Product Quality Variables simultaneously have a positive effect on Purchase Intention Variable with a value (f-count) of 89,335 > 2.66 (f-table) with a significant value of 0,000 < 0.05. Then the determination test (R²) is generated that correlation between the three variables Brand Image (X₁), Price (X₂) and Product Quality (X₃) on Purchase Intention (Y) of 61.1%.

Keywords: Brand Image, Price, Product Quality, Purchase Intention.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb. Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan dan kemampuan yang dimiliki tepat pada waktunya, yang berjudul “PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK *SUNSCREEN AZARINE* (PADA GENERASI Z BEKASI)”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bantuan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Karsono, Drs., S.H., M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA. selaku kepala Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Univesitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Hadita, S.Pd., M.M, selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Dr. Faroman Syarief. S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan semangat dan membantu kelancaran dalam proses belajar selama ini. Semoga bapak diberikan Kesehatan dan lindungan dari Allah SWT.
5. Bapak Widi Winarso, S.E., M.M, dan Bapak Haryudi Anas, S.E., MSM, selaku Dosen Pembimbing I dan II Skripsi saya, Terima kasih atas bimbingan, saran dan semangat yang diberikan kepada saya sehingga

saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan semaksimal mungkin. Semoga bapak selalu diberi kesehatan dan lindungan oleh Allah SWT.

6. Bapak Agus Dharmanto, SE, MM dan Ibu Dr. Dewi Sri Wulandari, SE., M.Sc selaku Ketua Tim Penguji dan Sekertaris Tim Penguji Skripsi saya, Terima kasih atas bimbingan dan saran yang diberikan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan semaksimal mungkin. Semoga bapak dan ibu selalu diberi kesehatan dan lindungan oleh Allah SWT.
7. Bapak Kateno dan Siti Afsoh selaku orang tua saya, yang saya sangat cintai serta keluarga yang selalu memberikan dukungan berupa do'a, materi, motivasi, dan harapan agar saya tetap semangat dalam kuliah dan menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen serta jajaran staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berguna dan berharga bagi saya selama menjalani masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
9. Teman seperjuangan skripsi saya selama penyusunan skripsi yaitu: Putri Regita Sari, Mukhayati Salamah dan Gita Rahmawati yang sangat supportif dan semangat yang luar biasa untuk berjuang mengerjakan skripsi.
10. Sahabat saya Meli, Anisha, Nurul, Santi, Resma, Natita dan Anisa yang selalu memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis selama masih sekolah hingga kuliah.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan-kekurangan, maka dengan segala kerendahan hati penulis menerima saran dan kritik pembaca.

Waassalamu'alaikum Wr.Wb.

Jakarta, 20 Juli 2023

Penulis,



Shofi Sutji Awalya

201910325002



DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Batasan Masalah.....	12
1.6 Sistematika Tugas Akhir	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	14
2.1 Telaah Teoritis.....	14
2.1.1 Minat Beli	14
2.1.2 Citra Merek	16
2.1.3 Harga.....	20
2.1.4 Kualitas Produk.....	25
2.2 Telaah Empiris	28
2.3 Kerangka Konseptual	36
2.4 Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Desain Penelitian	40

3.1.1 Pendekatan Penelitian	40
3.1.2 Metode Penelitian	41
3.1.3 Rencana Waktu Penelitian	41
3.2 Populasi dan Sampel	41
3.2.1 Populasi.....	41
3.2.2 Sampel Penelitian	42
3.3 Jenis dan Sumber Data	43
3.3.1 Jenis Data	43
3.3.2 Sumber Data	43
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya.....	43
3.4.1 Operasional Variabel	43
3.4.2 Skala Pengukuran	46
3.5 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	47
3.5.1 Metode Analisis Data	47
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	48
3.5.3 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	50
3.5.4 Pengujian Hipotesis	50
BAB IV HASIL ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1 Gambaran Umum	56
4.1.1 Sejarah PT. Wahana Kosmetika Indonesia.....	56
4.1.2 Sejarah Singkat Azarine.....	57
4.1.3 Visi.....	58
4.1.4 Misi	58
4.1.5 Logo Azarine	59
4.1.6 Macam- macam produk Azarine.....	59
4.2 Hasil Penelitian.....	60
4.2.1 Identitas Responden.....	60
4.3 Hasil Analisis Data	65
4.3.1 Uji Validitas	65
4.3.2 Uji Reliabilitas	68
4.4 Uji Asumsi Klasik	69
4.4.1 Uji Normalitas.....	69
4.4.2 Uji Multikolinieritas	71
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	72
4.5 Analisis Linear Berganda	73
4.6 Pengujian Hipotesis Statistik.....	75

4.6.1 Uji Parsial (Uji t).....	75
4.6.2 Uji F	76
4.6.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	77
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	78
4.7.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk.....	78
4.7.2 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Produk.....	79
4.7.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk.....	80
4.7.4 Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk.....	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Implikasi Manajerial.....	80
5.3 Keterbatasan Penelitian	82
REFERENSI	84
LAMPIRAN.....	98



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Produk local <i>Sunscreen</i>	6
Tabel 1. 2 Perbandingan Merek dan Harga.....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3. 1 Oprasional Variabel	44
Tabel 3. 2 <i>Skala Likert</i>	46
Tabel 4. 1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner	60
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	61
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	63
Tabel 4. 6 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian	64
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Minat Pembelian Produk <i>Sunscreen</i> Azarine.....	65
Tabel 4. 8 Uji Validitas Citra Merek (X1).....	66
Tabel 4. 9 Uji Validitas Harga (X2).....	67
Tabel 4. 10 Uji Validitas Minat Beli.....	68
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas	69
Tabel 4. 12 Uji Normalitas.....	70
Tabel 4. 13 Uji Multikolinieritas.....	71
Tabel 4. 14 Analisis Linear Berganda.....	73
Tabel 4. 15 Uji t	75
Tabel 4. 16 Uji F	77
Tabel 4. 17 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Owner Azarine</i>	4
Gambar 1. 2 Data penjualan produk <i>local sunscreen</i> Tahun 2022	8
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	37
Gambar 4. 1 Owner PT Wahana Kosmetika Indonesia	56
Gambar 4. 2 Logo Azarine.....	59
Gambar 4. 3 Produk Azarine.....	59
Gambar 4. 4 Diagram karakteristik responden berdasarkan usia.....	61
Gambar 4. 5 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
Gambar 4. 6 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	63
Gambar 4. 7 Uji Normalitas P-Plot.....	70
Gambar 4. 8 Uji Heteroskedastisitas.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme	99
Lampiran 2 Uji Referensi Skripsi	101
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	107
Lampiran 4 Tabulasi Data.....	105
Lampiran 5 OUTPUT SPSS	122
Lampiran 6 Buku Bimbingan.....	156
Lampiran 7 DAFTAR RIWAYAT HIDUP	159

