

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI *BRAND IMAGE*  
PRODUK WARDAH**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta  
Raya Prodi Manajemen Angkatan 2019)**

**SKRIPSI**

**Oleh:  
Nandita Putri  
201910325113**



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

**2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap  
Keputusan Pembelian melalui *Brand Image*  
Produk Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswa  
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Prodi  
Manajemen Angkatan 2019)

Nama Mahasiswa : Nandita Putri

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325113

Progam Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 13 Juli 2023

Jakarta, 24 Juli 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M  
NIDN. 0327037601

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image* Produk Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Prodi Manajemen angkatan 2019)

Nama Mahasiswa : Nandita Putri

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325113

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 13 Juli 2023

Jakarta, 24 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M  
NIDN. 0318087101

Sekretaris Tim Penguji : Murti Wijayanti, SE., M.M  
NIDN. 0320127504

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

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Manajemen

  
Dr. Hadita, S. Pd., M.M  
NIDN. 032904848302

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image* Produk Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Prodi Manajemen angkatan 2019) 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, 24 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Nandita Putri

201910325113

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *brand image* dapat mempengaruhi kualitas produk dan harga terhadap proses keputusan pembelian pada produk wardah yang ada di universitas Bhayangkara Jakarta raya.

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, *simple random sampling* untuk memperoleh sample dalam penelitian ini. Besaran sample yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 126 responden dan terfokus pada konsumen Wardah yang juga merupakan mahasiswa universitas Bhayangkara Jakarta raya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat variabel yang saling berpengaruh dan ada juga yang tidak berpengaruh, seperti penjelasan singkat berikut ini: 1). Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap *Brand Image*, 2). Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Image*, 3). Kualitas Produk tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 4). Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 5). *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, 6). *Brand Image* mampu memediasi secara penuh Kualitas produk terhadap keputusan pembelian, 7). *Brand Image* mampu memediasi secara parsial Harga terhadap keputusan pembelian.

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

## ***ABSTRACT***

*This study aims to determine whether brand image can affect product quality and price on the purchasing decision process on wardah products at Bhayangkara University in greater Jakarta.*

*In this study using quantitative research methods, simple random sampling to obtain samples in this study. The sample size used in this study was 126 respondents and focused on Wardah consumers who are also students of Bhayangkara University in greater Jakarta. The results of this study show that there are variables that influence each other and some that do not influence, such as the following brief explanation: 1). Product Quality has a significant positive effect on Brand Image, 2). Price has a positive and significant effect on Brand Image, 3). Product Quality does not have a positive and significant influence on Purchasing Decisions, 4). Price has a positive and significant effect on Purchasing Decisions, 5). Brand Image has a positive and significant influence on purchasing decisions, 6). Brand Image is able to fully mediate product quality on purchasing decisions, 7). Brand Image is able to partially mediate Price against purchasing decisions.*

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

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan Rahmat serta karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Brand Image* Produk Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Prodi Manajemen Angkatan 2019)”. Penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus – tulusnya kepada:

1. Prof. Dr. Bambang Karsono, Drs., S.H., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Hadita, S.Pd., M.M., selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Serta selaku dosen pembimbing skripsi pertama yang selalu membimbing, memberikan arahan maupun motivasi kepada penulis selama perkuliahan dan pembuatan skripsi.
4. Dr. Achmad Fauzi, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing Akademik selama saya menjadi mahasiswi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Terima

kasih atas motivasi, arahan, saran dan bantuan selama menjalani perkuliahan selama ini.

5. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi kedua yang telah memberikan bantuan, saran, selalu membimbing, memberikan arahan maupun motivasi kepada penulis selama perkuliahan dan pembuatan skripsi.
6. Kedua orang tua serta adik saya yang senantiasa memberikan do'a, dukungan, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
7. Sahabat dan juga teman – teman yang selalu menyemangati, mendoakan serta membantu dalam menyelesaikan skripsi yaitu Ka Lilla, Jamyan, Anisa, Jihan, Indri, Yolanda, Fauzia, Ayu, Teh Iki, Ana, Ivarti, Tasya, Aul, Cae, Erlin, Ziah, Salma, Sherly, Alfia dll.

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

Jakarta, 24 Juli 2023



Nandita Putri

201910325113



## DAFTAR ISI

|  |             |
|--|-------------|
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>                           | <b>i</b>    |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>  | <b>ii</b>   |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>                                       | <b>iii</b>  |
| <b>ABSTRAK.....</b>  | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRACT.....</b>   | <b>v</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>   | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>   | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>  | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>  | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>   | <b>xiii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                                       | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang.....  | 1           |
| 1.2 Rumusan Masalah.....   | 9           |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....   | 10          |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....  | 10          |
| 1.5 Sistematika Tugas Akhir.....                                     | 11          |
| <b>BAB II TELAAH PUSTAKA.....</b>                                    | <b>13</b>   |
| 2.1 Telaah Teoritis.....   | 13          |
| 2.1.1 Kualitas Produk.....   | 13          |
| 2.1.2 Harga.....   | 18          |
| 2.1.3 Keputusan Pembelian .....                                      | 21          |
| 2.1.4 Brand Image .....  | 27          |
| 2.2 Telaah Empiris.....  | 31          |
| 2.3 Kerangka Konseptual.....   | 39          |
| 2.4 Hipotesis.....   | 40          |
| 2.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap <i>Brand Image</i> .....     | 40          |
| 2.4.2 Pengaruh Harga Terhadap <i>Brand Image</i> .....               | 41          |
| 2.4.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....     | 41          |
| 2.4.4 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....              | 42          |
| 2.4.5 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian ..... | 42          |

|                |  |           |
|----------------|--|-----------|
| 2.4.6          | Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian melalui <i>Brand Image</i> ..... | 42        |
| 2.4.7          | Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian melalui <i>Brand Image</i> .....           | 43        |
| <b>BAB III</b> | <b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>   | <b>44</b> |
| 3.1            | Desain Penelitian .....  | 44        |
| 3.2            | Populasi dan Sampel .....  | 45        |
| 3.2.1          | Populasi .....   | 45        |
| 3.2.2          | Sampel .....   | 45        |
| 3.3            | Jenis dan Sumber Data .....  | 46        |
| 3.3.1          | Jenis Data .....   | 46        |
| 3.3.2          | Sumber Data .....  | 46        |
| 3.4            | Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran .....                               | 47        |
| 3.4.1          | Pengertian Variabel .....  | 47        |
| 3.4.2          | Definisi Operasional Variabel .....  | 48        |
| 3.4.3          | Skala Pengukuran .....   | 49        |
| 3.5            | Metode Analisis Data .....   | 50        |
| 3.5.1          | Teknik Analisis Data Smart PLS .....   | 50        |
| 3.5.2          | Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....                                 | 51        |
| 3.5.3          | Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....                                 | 52        |
| 3.5.4          | Uji Hipotesis .....  | 53        |
| <b>BAB IV</b>  | <b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>   | <b>55</b> |
| 4.1            | Gambaran Umum .....  | 55        |
| 4.1.1          | Profil Perusahaan .....  | 55        |
| 4.1.2          | Visi dan Misi .....  | 57        |
| 4.1.3          | Logo perusahaan .....  | 58        |
| 4.1.4          | Jenis Produk .....   | 58        |
| 4.2            | Deskripsi Data .....   | 61        |
| 4.2.1          | Identitas Responden .....  | 62        |
| 4.3            | Hasil Analisis Data .....  | 66        |
| 4.3.1          | Skema model partial least square .....   | 66        |
| 4.3.2          | Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....                                | 67        |
| 4.3.3          | Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....                                | 72        |

|                       |                              |           |
|-----------------------|------------------------------|-----------|
| 4.3.4                 | Pengujian Hipotesis .....    | 78        |
| 4.4                   | Pembahasan .....             | 81        |
| <b>BAB V PENUTUP</b>  | <b>.....</b>                 | <b>86</b> |
| 5.1                   | Kesimpulan.....              | 86        |
| 5.2                   | Keterbatasan Penelitian..... | 87        |
| 5.3                   | Saran .....                  | 88        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> | <b>.....</b>                 | <b>90</b> |
| <b>LAMPIRAN</b>       | <b>.....</b>                 | <b>93</b> |



## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 1. 1 Daftar Harga Produk Kosmetik Wardah .....              | 5  |
| Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....                              | 48 |
| Tabel 3. 2 Skala Likert.....                                      | 50 |
| Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan Usia.....          | 62 |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Jangka Waktu Penggunaan..... | 63 |
| Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....    | 64 |
| Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Uang saku perbulan.....      | 64 |
| Tabel 4. 5 Hasil Outer Loading .....                              | 68 |
| Tabel 4. 6 Hasil Outer Loading Tidak Valid.....                   | 69 |
| Tabel 4. 7 Hasil Average Variance Extracted (AVE).....            | 69 |
| Tabel 4. 8 Hasil Cross Loading .....                              | 70 |
| Tabel 4. 9 Hasil Composite Reliability & Cronbach Alpha.....      | 71 |
| Tabel 4. 10 Hasil R Square (R2).....                              | 73 |
| Tabel 4. 11 Hasil Q-Square Predictive Relevance.....              | 74 |
| Tabel 4. 12 Hasil Path Coefficient (Koefisien Jalur).....         | 75 |
| Tabel 4. 13 Hasil Mediasi (Specific Indirect Effect) .....        | 76 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1. 1 Brand Lokal Kosmetik Paling Banyak Digunakan Periode 2022 .....                            | 2  |
| Gambar 1. 2 Produk Wardah yang Paling Banyak Digunakan .....   | 4  |
| Gambar 1. 3 Hasil Pra-Survey Mahasiswa Memutuskan untuk Membeli Karena Informasi Mengenai Produk ..... | 7  |
| Gambar 1. 4 Pra-Survey Mahasiswa Memutuskan untuk Membeli Produk Sesuai dengan Kebutuhan .....         | 7  |
| Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....   | 40 |
| Gambar 4. 1 Logo Perusahaan Wardah.....  | 58 |
| Gambar 4. 2 Maskara Wardah.....  | 58 |
| Gambar 4. 3 Lipstik Wardah .....   | 59 |
| Gambar 4. 4 Fndation Liquid Wardah .....   | 60 |
| Gambar 4. 5 Bedak Padat Wardah.....  | 60 |
| Gambar 4. 6 Eyeliner Wardah .....  | 61 |
| Gambar 4. 7 Outer Model .....  | 67 |
| Gambar 4. 8 Inner Model .....  | 72 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|  |     |
|--|-----|
| Lampiran 1 Uji Plagiarisme .....         | 94  |
| Lampiran 2 Uji Referensi.....            | 96  |
| Lampiran 3 Lampiran Kuisisioner .....    | 101 |
| Lampiran 4 Data Tabulasi Responden ..... | 105 |
| Lampiran 5 Tabulasi Data.....            | 109 |
| Lampiran 6 Buku Bimbingan.....           | 112 |
| Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup .....    | 118 |

