

**Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Brand Image Terhadap
Keputusan Pembelian Produk MS Glow For Men di Kota Bekasi**

SKRIPSI

Disusun oleh :

Moehammad Azhar Alfarizi

201810325182



PROGAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2022

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Brand
Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk
MS Glow For Men di Kota Bekasi

Nama : Moehammad Azhar Alfarizi

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325182

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juli 2022



Neng Siti Komariah, SE, MM

NIDN : 0327128105

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand
Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk
MS Glow For Men di Kota Bekasi

Nama Mahasiswa : Moehammad Azhar Alfarizi
Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325182
Program Studi/Fakultas : Manajemen/ Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juli 2022

Jakarta, 18 Juli 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Widi Winarso, S.E., M.M
NIDN : 0319067606
Penguji I : Haryudi Anas, S.E., M.S.M
NIDN : 0317117801
Penguji II : Neng Siti Komariah, S.E., M.M
NIDN : 0327128105



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



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

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak
NIDN : 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian MS Glow For Men di kota 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 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 digunakan 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, 18 Juli 2022



Moehammad Azhar Alfarizi

201810325182

ABSTRAK

Moehammad Azhar Alfarizi (201810325182) Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian MS Glow For Men di Kota Bekasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow For Men di kota Bekasi. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui. Teknik sampling dengan menggunakan Non-Probability Sampling dengan menggunakan teknik Purposive Sampling. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik Pengambilan data dengan cara menyebarkan kuesioner melalui Google Form. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis Regresi Linier Berganda. Subjek penelitian yaitu konsumen pengguna Skincare di Kota Bekasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga dan Brand Image secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan dan memiliki hubungan pengaruh positif terhadap variabel Keputusan Pembelian.

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

ABSTRACT

Moehammad Azhar Alfarizi (201810325182) The Effect of Product Quality, Price and Brand Image on the Purchase Decision of MS Glow For Men in Bekasi City.

This study aims to determine the effect of Product Quality, Price and Brand Image on the Purchase Decision of MS Glow For Men Products in the city of Bekasi. This type of research is quantitative. The population in this study is unknown. Sampling technique using Non-Probability Sampling using Purposive Sampling technique. The sample in this study amounted to 100 respondents. Data collection techniques by distributing questionnaires through Google Form. Hypothesis testing in this study using Multiple Linear Regression analysis. The research subjects are skincare users in Bekasi City. The results of this study indicate that the variables of Product Quality, Price and Brand Image partially and simultaneously have a significant and positive effect on the Purchasing Decision variable

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

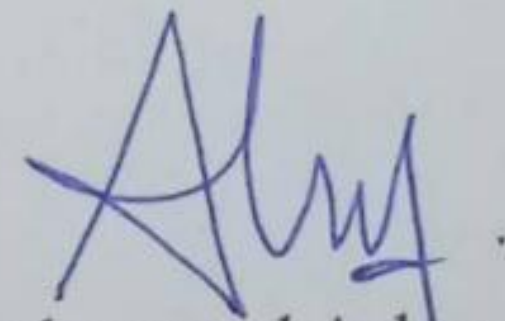
KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi. Shalawat serta salam tercurahkan kepada Rasulullah SAW, keluarga dan sahabatnya. Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing penulis, baik tenaga, ide-ide, maupun pemikiran. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Irjen.Pol.(Purn) Dr. Drs. H Bambang Karsono, S.H., M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Yth Ibu Dr. Hadita, S.Pd., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Yth Ibu Neng Siti Komariah, SE, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah menyetujui dan menerima skripsi penulis.
5. Teristimewa untuk Keluarga saya yang senantiasa memberikan dorongan, dan dukungan tanpa mengenal lelah selama menempuh pendidikan di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
6. Terima kasih untuk teman-teman saya yang selalu mensupport untuk mengerjakan skripsi ini walaupun suka diajak main terus, tetapi mereka selalu memberikan dukungan dan semangat kepada Penulis.

Dengan harapan semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda atas semua bantuan dan doanya. Akhirnya, begitupun skripsi ini jauh dari kata sempurna, namun demikian semoga bermanfaat bagi semua pihak khususnya bagi penulis dan bagi para pembaca pada umumnya.

Jakarta, 18 Juli 2022



Moehammad Azhar Alfarizi

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah.....	6
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.2 Pengertian Pemasaran	8
2.3 Kualitas Produk.....	8
2.3.1 Definisi Kualitas Produk	8
2.3.2 Indikator Kualitas Produk.....	9
2.3.3 Dimensi Kualitas Produk	9

2.4	Harga	10
2.4.1	Definisi Harga.....	10
2.4.2	Tujuan Penetapan Harga	10
2.4.3	Strategi Penetapan Harga	10
2.4.4	Indikator Harga	10
2.4.5	Dimensi Kepuasan Harga.....	11
2.5	Brand Image	11
2.5.1	Definisi Brand Image	11
2.5.2	Indikator Brand Image.....	11
2.5.3	Dimensi Brand Image	12
2.6	Keputusan Pembelian	13
2.6.1	Definisi Keputusan Pembelian.....	13
2.6.2	Indikator Keputusan Pembelian	13
2.6.3	Tahapan Keputusan Pembelian	14
2.7	Penelitian Terdahulu.....	15
2.8	Kerangka Berfikir	20
2.9	Hipotesis	21
2.9.1	Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian	21
2.9.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.9.3	Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.9.4	Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image berpengaruh signifikan dan parsial terhadap Keputusan Pembelian	22
BAB III METODELOGI PENELITIAN		23
3.1	Desain Penelitian	23
3.2	Tahapan Penelitian.....	23
3.3	Model Konseptual Penelitian	24

3.4	Operasionalisasi Variabel	24
3.5	Waktu dan tempat penelitian	26
3.6	Metode Pengambilan Sampel	26
3.6.1	Populasi Penelitian	26
3.6.2	Sampel Penelitian	27
3.7	Teknik Pengumpulan Data	28
3.8	Jenis dan Sumber Data	29
3.9	Metode Analisis Data	29
3.9.1	Uji Validitas	29
3.9.2	Uji Reliabilitas	29
3.9.3	Uji Asumsi Klasik	30
3.10	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	31
3.10.1	Uji Hipotesis	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		33
4.1	Profil Perusahaan	33
4.1.1	Sejarah Perusahaan	33
4.1.2	Visi	34
4.1.3	Misi	34
4.2	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner titas Responden	34
4.2.1	Identitas Responden	34
4.3	Uji Kualitas Data	39
4.3.1	Uji Validitas	39
4.3.2	Uji Realiabilitas	40
4.4	Uji Asumsi Klasik	41
4.4.1	Uji Normalitas	41
4.4.2	Uji Multikolinieritas	43

4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	43
4.5	Analisis Regresi Linear Berganda	44
4.5.1	Uji T (Parsial).....	45
4.5.2	Uji F (Simultan).....	46
4.5.3	Uji Koefisien Determinasi (R_2).....	47
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian	48
BAB V	PENUTUP	50
5.1	Kesimpulan	50
5.2	Implikasi Manajerial.....	50
DAFTAR PUSTAKA		52
Lampiran		54



DAFTAR TABEL

Table 1.1 Perbandingan Harga.....	2
Table 2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
Table 3. 1 Operasionalisasi Variabel.....	25
Table 3. 2 Skala Likert	28
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	35
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan pendapatan perbulan	37
Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan Apakah pelanggan pernah melakukan pembelian produk Ms Glow For Men.....	38
Tabel 4. 5 Uji Validitas	39
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas	40
Tabel 4. 7 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	42
Tabel 4. 8 hasil Uji Multikolinieritas.....	43
Tabel 4. 9 Hasil Uji Linear Berganda	44
Tabel 4. 10 Hasil Uji T (Parsial)	45
Tabel 4. 11 Hasil Uji F	47
Tabel 4. 12 Uji Koefisien Determinasi (R_2)	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Merek Produk Perawatan Tubuh Terlaris di Indonesia Menurut Pangsa Pasar (Shopee & Tokopedia) Periode Agustus 2021	4
Gambar 2. 1 Pengaruh kualitas produk, harga, dan brand image terhadap keputusan pembelian.....	20
Gambar 4. 1 Data Responden Berdasarkan Usia.....	35
Gambar 4. 2 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
Gambar 4. 3 Data responden berdasarkan pendapatan perbulan.....	37
Gambar 4. 4 Data responden berdasarkan pernah atau tidak pelanggan melakukan pembelian Ms Glow For Men	38
Gambar 4. 5 Grafik Normal P-P Plot.....	41
Gambar 4. 6 Grafik Scatter Plot.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Persetujuan Pembimbing	55
Lampiran 2 Lembar Pengesahan	56
Lampiran 3 Lembar Pernyataan	57
Lampiran 4 Kuesioner / Angke Pernyataan	58
Lampiran 5 Tabulasi Tabulasi Data Responden	62
Lampiran 6 Hasil Uji SPSS	71
Lampiran 7 Tabel T	77
Lampiran 8 Tabel F	79
Lampiran 9 Tabel R	80
Lampiran 10 Tabel Distribusi Frekuensi	82
Lampiran 11 Tabel Uji Refrensi	85
Lampiran 12 Uji Plagiarisme	89
Lampiran 13 Hasil Plagiarisme Turnitin	90
Lampiran 14 Buku Bimbingan	91
Lampiran 15 Daftar Riwayat Hidup	92