

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE*
MS GLOW**

**(studi kasus pada konsumen Ms Glow di Wilayah Kelurahan
Teluk Pucung Bekasi Utara)**

SKRIPSI

Oleh:

Eny Suningsih

201810325242



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2022

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK, HARGA,
KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE* MS
GLOW (STUDI KASUS PADA KONSUMEN DI
WILAYAH KELURAHAN TELUK PUCUNG
BEKASI UTARA)

Nama Mahasiswa : Eny Suningsih

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325242

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi Dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Juli 2022

Jakarta, 22 Juli 2022

MENYETUJUI,

Pembimbing

Adi Wibowo Noor Fikri, S.kom, MBA

NIDN : 0325027901

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas
Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare
Ms Glow (studi kasus pada konsumen Ms Glow
di Kelurahan Teluk Pucung Bekasi Utara)

Nama Mahasiswa : Eny Suningsih

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325242

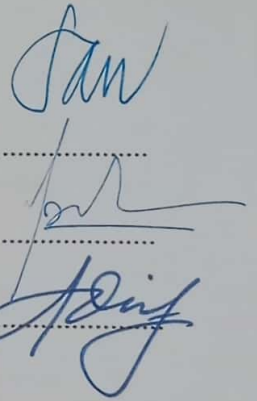
Program Studi/Fakultas : Manajemen/ Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Juli 2022

Jakarta, 21 Juli 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Prof. Dr. Ni Nyoman Sawitri, MBA
NIDN : 0326126102
Penguji I : Dr. Muhammad Richo Rianto, S.E., M.M
NIDN : 0314118601
Penguji II : Adi Wibowo Noor Fikri, S.Kom., MBA
NIDN : 0325027901

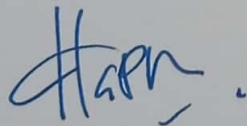


MENGETAHUI,

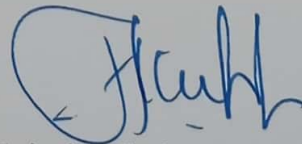
Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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



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

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow” merupakan hasil penelitian saya sendiri, pemikiran serta pendapat saya sendiri, tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya apabila terdapat penyimpangan yang tidak sesuai dengan apa yang saya nyatakan, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis dan sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Jakarta, 22 Juli 2022

Yang membuat pernyataan,



Eny Suningsih

201810325242

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian skincare Ms.Glow berpengaruh pada wilayah Kelurahan Teluk Pucung Bekasi Utara. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner dan studi kepustakaan. Populasi penelitian ini adalah konsumen di Kelurahan Teluk Pucung Bekasi Utara dengan sampel 165 orang. Teknik pengambilan sampel ini menggunakan rumus hair dengan analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis menggunakan uji t dan uji f dengan tingkat signifikansi 5%. Hasil uji t dalam penelitian ini terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel (X1) Citra Merek, (X2) Harga dan (X3) Kualitas Produk terhadap (Y) Keputusan Pembelian. Dan hasil uji f pada variabel (X1) Citra Merek, (X2) Harga dan (X3) Kualitas Produk terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap (Y) Keputusan Pembelian skincare Ms. Glow.

Kata Kunci: Citra Merek, Harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

Abstract

This study aims to determine whether Brand Image, Price, and Product Quality on the Purchase Decision of Ms. Glow skincare have an effect on the Teluk Pucung Village, North Bekasi. This study uses a quantitative descriptive method with data collection through questionnaires and literature study. The population of this study were consumers in Teluk Pucung, North Bekasi with a sample of 165 people. This sampling technique uses the hair formula with multiple linear regression analysis and hypothesis testing using t test and f test with significance level of 5%. The results of the t-test in this study there is a significant influence between Brand Image, Price and Product Quality on Purchase Decisions. It is proven that the variables (X1) Brand Image, (X2) Price and (X3) Product Quality on (Y) Purchase Decision. And the results of the f test on the variables (X1) Brand Image, (X2) Price and (X3) Product Quality on (Y) Purchase Decision have a significant influence together on the purchasing decision of Ms Glow Skincare.

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

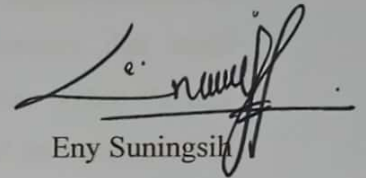
KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan segala puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang melimpahkan segala karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir Skripsi yang Berjudul “Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow studi kasus pada konsumen ms glow di Bekasi” ini berhasil diselesaikan dalam waktu yang telah ditetapkan. Penulis sungguh sangat menyadari, penulisan skripsi ini akan terwujud tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini penulis menghaturkan penghargaan dan Ucapan Terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Irjen. Pol. (Purn) Drs H.Bambang Karsono, S.H., M.M., selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr.Istianingsih,MS.AK.,CA.,CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Hadita,S.pd.,MM selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Bapak Adi Wibowo Noor Fikri,S.Kom.,MBA selaku dosen pembimbing Skripsi yang selalu memberikan masukan,nasehat dan semangat kepada penulis dalam penyelesaian Skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah mendidik dan memberikan bimbingan selama penulis dimasa perkuliahan.
6. Kelurga Tercinta yang selalu memberikan doa,semangat,dan kasih sayang yang tak tiada henti kepada penulis.
7. Diky Muhammad Yudistira S.I selaku Teman hidup special yang selalu memberikan semangat, doa, dan kasih sayang dalam membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman teman terdekat saya Deva,Icong,Mesy,Oce,Serly, Syeha, Irginita serta teman teman yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat.
9. Teman-Teman Mahasiswa/I Ekonomi Manajemen angkatan 2018, yang saling mendukung dan memberikan kekuatan dalam keadaan suka maupun duka, dan senantiasa memberikan ide,semangat, serta kebersamaan selama masa perkuliahan.

Akhir kata penulis memohon maaf atas keliruan dan kesalahan yang terdapat dalam proposal ini dan berharap sangat semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi semua orang yang membacanya.

Bekasi, 29 April 2022


Eny Suningsih



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
Abstrak	vi
Abstract	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Masalah	7
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Teori Keputusan Pembelian	9
2.1.1 Definisi Keputusan Pembelian	9
2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian :.....	10
2.1.3 Dimensi Keputusan Pembelian	12
2.1.4 Indikator - Indikator Keputusan Pembelian	12
2.2 Teori Citra Merek	13
2.2.1 Definisi Citra Merek	13
2.2.2 Faktor- faktor yang mempengaruhi citra merek	14
2.2.3 Indikator citra merek	15
2.3 Teori Harga	15

2.3.1 Definisi Harga	15
2.3.2 Strategi penetapan harga	16
2.3.3 Faktor-faktor mempengaruhi harga	17
2.3.4 Indikator-indikator Harga	17
2.4 Teori Kualitas Produk	18
2.4.1 Definisi Kualitas Produk.....	18
2.4.2 Faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk.....	19
2.4.3 indikator- indikator Kualitas Produk	19
2.5 Penelitian Terdahulu	21
2.6 Kerangka Penelitian.....	26
2.7 Pengaruh Antar Variabel.....	27
2.7.1 Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.....	27
2.7.2 Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian	27
2.7.3 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian	27
2.8 Pengembangan Hipotesis	27
2.8.1 Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.....	27
2.8.2 Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian	28
2.8.3 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian	28
2.8.4 Pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian ..	28
BAB III.....	29
METODELOGI PENELITIAN	29
3.1 Desain penelitian	29
3.2 Tahap Penelitian	29
3.3 Model Konseptual.....	30
3.4 Operasional Variabel	32
3.5 Waktu dan Tempat Penelitian	37
3.6 Metode Pengambilan Sampel	37
3.6.1 Populasi.....	37
3.6.2 Sampel	37
3.7 Teknik Pengumpulan Data	38
3.8 Jenis dan Sumber Data.....	39
3.8.1 Jenis Data.....	39

3.8.2 Sumber Data.....	39
3.9 Metode Analisis.....	40
3.10 Uji Kualitas Data	40
3.10.1 Uji Validitas	40
3.10.2 Uji Reabilitas.....	40
3.11 Uji Asumsi Klasik.....	41
3.11.1 Uji Normalitas	41
3.11.2 Uji Multikolinearitas	41
3.11.3 Uji Heteroskedastisitas	42
3.12 Uji Hipotesis	42
3.12.1 Regresi Linear Berganda.....	42
3.12.2 Uji Parsial (Uji T).....	43
3.12.3 Uji Simultan (Uji F).....	43
3.12.4 Analisis Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	43
BAB IV	44
PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	44
4.1.1 Sejarah Perusahaan Ms Glow	44
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	44
4.2 Hasil Analisis Dan Data.....	45
4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	45
4.2.2 Karakteristik Responden	46
4.3 Metode Analisis Data.....	49
4.3.1 Uji Validitas	49
4.3.2 Uji Reliabilitas	51
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	54
4.4.1 Uji Normalitas	54
4.4.2 Uji Multikolinieritas	55
4.4.3 Uji Heterokedastisitas	56
4.4.4 Uji Regresi Linear Berganda.....	57
4.5 Uji Hipotesis.....	59
4.5.1 Uji t (Uji Parsial)	59
4.5.2 Uji F (Uji Simultan).....	60

4.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	61
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	63
BAB V.....	65
PENUTUP	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	70

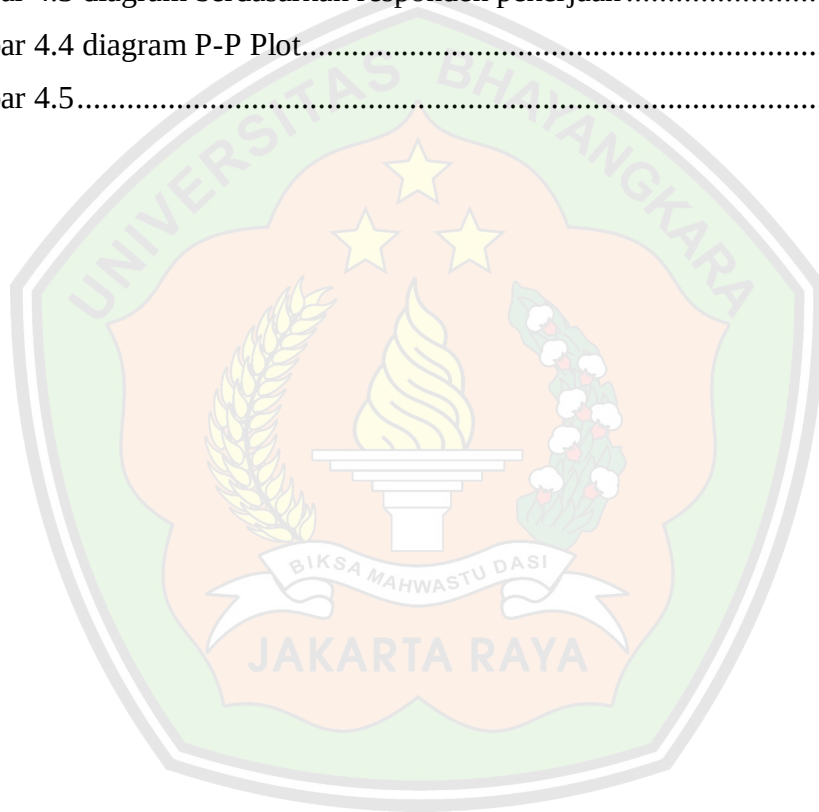


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Review Negatif Kualitas Produk Ms Glow	4
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	32
Tabel 3.2 Instrumen Pernyataan	34
Tabel 3.3 Skala Likert.....	39
Tabel 4.1 Proses Penyebaran Kuesioner	45
Tabel 4.2 responden Berdasarkan Jenis kelamin	46
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan pekerjaan	48
Tabel 4.5 Responden Uji Validitas Citra Merek (X1).....	49
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Harga (X2)	50
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X3).....	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek (X1)	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Harga (X2)	52
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X3)	53
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	53
Tabel 4.13 Kolmogrov-Smirnov	54
Tabel 4.14 Uji Multikolinieritas.....	55
Tabel 4.15 Uji Glejser.....	57
Tabel 4.16 Uji Regresi Linier Berganda	58
Tabel 4.17 Uji t (Uji Parsial).....	59
Tabel 4.18 Uji F (Uji Simultan)	61
Tabel 4.19 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data penjualan Skincare lokal terlaris :	3
Gambar 2.1 Proses Kerangka	26
Gambar 3.1 Metode Konseptual.....	31
Gambar 4.1 gambar Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Usia	47
Gambar 4.3 diagram berdasarkan responden pekerjaan	48
Gambar 4.4 diagram P-P Plot.....	55
Gambar 4.5.....	56



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Uji Plagiarisme
- Lampiran 2 Uji Referensi Skripsi
- Lampiran 3 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4 Tabulasi Hasil Kuesioner
- Lampiran 5 Hasil Uji Statistik SPSS 25
- Lampiran 6 Tabel Distribusi r
- Lampiran 7 Tabel Distribusi t
- Lampiran 8 Tabel Distribusi f
- Lampiran 9 Kartu Bimbingan
- Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup

