

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA MASKER CAMILLE *BEAUTY***

(Studi Kasus pada Mahasiswi FEB Prodi Manajemen Angkatan

2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

SKRIPSI

OLEH :

Rahma Afrilia Putri

202110325037



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

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Masker Camille Beauty (Studi Kasus Pada Mahasiswi FEB Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Rahma Afrilia Putri
Nomor Pokok : 202110325037
Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 04 Februari 2025

Jakarta, 12 Februari 2025

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Neng Siti Komariah, S.E., M.M

NIDN. 0327128105



Haryudi Anas, S.E., M.S.M

NIDN. 0317117801

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk
Dan Persepsi Harga Terhadap
Keputusan Pembelian Pada Masker
Camille Beauty (Studi Kasus pada
Mahasiswi FEB Prodi Manajemen
Angkatan 2021 Universitas
Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Rahma Afrilia Putri

Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325037

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 04 Februari 2025

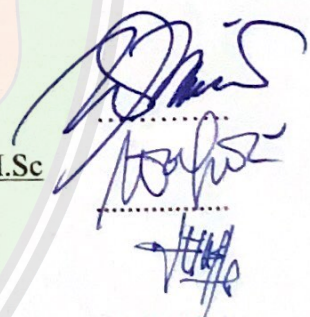
Jakarta, 12 Februari 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Widi Winarso, S.E., M.M
NIDN. 0319067606

Sekretaris Tim Penguji : Dr. Dewi Sri Wulandari, S.E., M.Sc
NIDN. 0303017106

Penguji : Neng Siti Komariah, S.E., M.M
NIDN. 0327128105

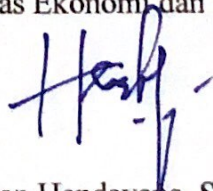


MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen


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

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M
NIDN. 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rahma Afrilia Putri

Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325037

Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 05 April 2001

Alamat : Kp. Lubang Buaya RT02/006 Desa. Cijengkol
Kecamatan Setu, Kabupaten Bekasi

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Masker Camille *Beauty* (Studi Kasus pada Mahasiswi FEB Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya) ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang bersumbernya telah dituliskan secara jelas dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian 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 memberi 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, 12 Februari 2025

Yang Membuat Pernyataan,



10000
METERAI
TEMPEL
5CD68AMX117144431

Rahma Afrilia Putri

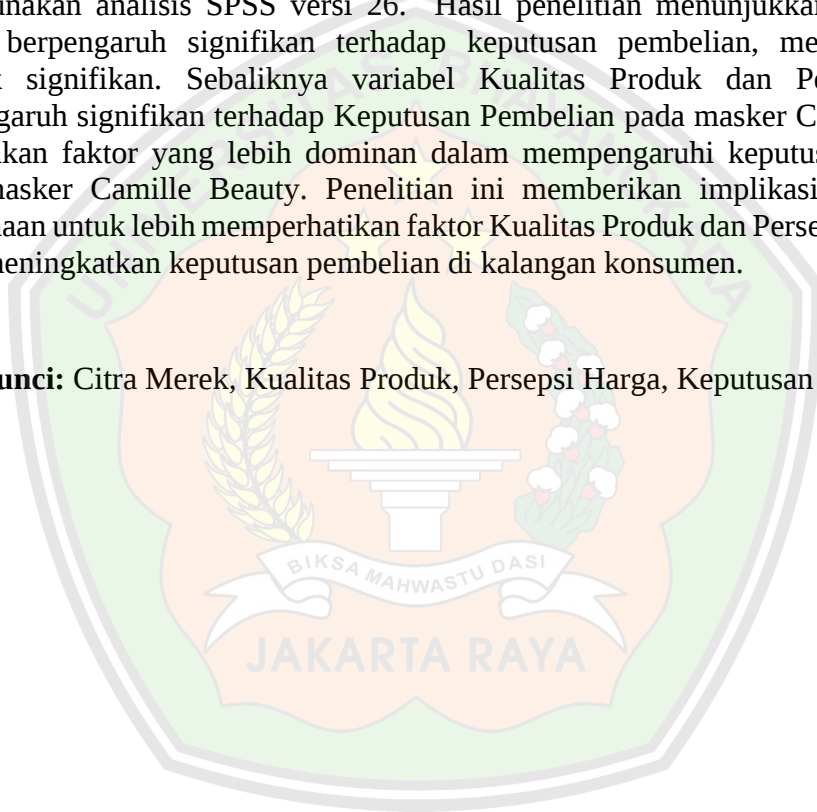
202110325037

ABSTRAK

Rahma Afrilia Putri 202110325037. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Masker Camille *Beauty* (Studi Kasus pada Mahasiswi FEB Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap keputusan pembelian produk Masker Camille *Beauty*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *puposive sampling* dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, meskipun secara statistik signifikan. Sebaliknya variabel Kualitas Produk dan Persepsi Harga Berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada masker Camille *Beauty*. Merupakan faktor yang lebih dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian pada masker Camille *Beauty*. Penelitian ini memberikan implikasi penting bagi perusahaan untuk lebih memperhatikan faktor Kualitas Produk dan Persepsi Harga agar dapat meningkatkan keputusan pembelian di kalangan konsumen.

Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

Rahma Afrilia Putri 202110325037. *The Influence of Brand Image, Product Quality and Price Perception on Purchase Decisions on Camille Beauty Masks (Case Study on FEB Students of the 2021 Management Study Program, Bhayangkara University, Jakarta Raya).*

This study aims to analyze the influence of Brand Image, Product Quality and Price Perception on the purchase decision of Camille Beauty Mask products. The research method used is the purposive sampling method by distributing questionnaires to respondents. The data analysis technique in this study uses SPSS version 26 analysis. The results show that Brand Image does not have a significant effect on purchase decisions, although it is statistically significant. On the other hand, the variables of Product Quality and Price Perception are the more dominant factors in influencing the purchase decision on Camille Beauty masks. This research provides important implications for companies to pay more attention to Product Quality and Price Perception factors in order to improve purchasing decisions among consumers.

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



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT., yang telah memberikan Rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Masker Camille *Beauty* (Studi Kasus pada Mahasiswi FEB Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya". Skripsi ini disusun sebagai persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana (S1) di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Peneliti menyadari bahwa skripsi yang disusun masih belum sempurna dan belum dapat dianggap sebagai karya ilmiah yang sebenarnya. Namun, apa yang tertuang dalam skripsi ini merupakan hasil terbaik dari kemampuan penulis. Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada:

1. Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

4. Prof. Dr. Adler Haymans Manurung, S.E., S.H., M.E., M.Comm., ChFC., RFC., CLU., ERMCP., CIMBA selaku Dosen Pembimbing Akademik, penulis berterimakasih atas motivasi dan bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan tepat waktu.
5. Ibu Neng Siti Komariah, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Haryudi Anas, S.E., M.S.M selaku Dosen Pembimbing II, penulis berterima kasih atas bimbingan, saran, dan semangat yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin
6. Cinta Pertama dan panutanku, Bapak Jeje Mulyana Beliau memang tidak sempat merasakan Pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberi dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya Untuk Ibu Samah Sariningsih selaku orang tua penulis yang begitu penting perannya yang telah memberikan doa, dukungan moral, dan dukungan finansial yang sangat berarti sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan ini.
7. Seluruh Dosen serta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah berbagi ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
8. Kepada penulis sendiri terimakasih telah kuat sampai detik ini, yang mampu mengendalikan diri dari tekanan luar. Yang tidak menyerah sesulit apapun rintangan kuliah ataupun proses penyusunan skripsi dan mampu berdiri tegak Ketika dihantam permasalahan yang ada.
9. Teman seperjuangan dalam penyusunan skripsi ini, Nadya Fadhilah Azzahra, Putri Hasti, Mita Amelia, Alya Sahara , Sarah, Nandita, Nanad, Salsabila Hasani yang

memberikan dukungan luar biasa, saling mendukung, membantu dan semangat yang tinggi dalam mengerjakan skripsi.

10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak berkontribusi dan memberikan kasih sayang dan semangat demi kelancaran dan keberhasilan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Maka dengan kerendahan hati penulis sangat menerima kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan penulisan dikemudian hari. Semoga skripsi yang dituliskan penulis dapat bermanfaat. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih dan salam Sejahtera untuk kita semua.

Jakarta, 17 Januari 2025

Penulis,

Rahma Afrilia Putri

202110325037

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Batasan Masalah.....	8
1.6 Sistematis Penulisan	8
BAB II TELAAH PUSTAKA	10
2.1 Pemasaran	10
2.2 Citra Merek.....	10
2.2.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi Citra Merek.....	11

2.2.2	Indikator Citra Merek	12
2.2.3	Dimensi Citra Merek	12
2.3	Kualitas Produk.....	13
2.3.1	Dimensi Kualitas Produk	13
2.3.2	Indikator Kualitas Produk	14
2.4	Persepsi Harga	15
2.4.1	Tujuan Penetapan Harga	15
2.4.2	Indikator Persepsi Harga	17
2.4.3	Dimensi Harga	18
2.5	Keputusan Pembelian	18
2.5.1	Proses Keputusan Pembelian	19
2.5.2	Indikator Keputusan Pembelian	20
2.5.3	Dimensi Keputusan Pembelian	21
2.6	Telaah Empiris	22
2.7	Kerangka Berpikir	28
2.8	Hipotesis Penelitian	29
2.8.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	29
2.8.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.8.3	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.8.4	Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian	32
BAB III	METODE PENELITIAN	33
3.1	Desain Penelitian	33
3.2	Tahapan Penelitian.....	34
3.3	Populasi dan Sampel	34
3.4	Jenis dan Sumber Data	37

3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.6	Operasional Variabel	39
3.7	Metode Analisis Data	41
3.8	Uji Instrumen.....	41
3.8.1.	Uji Validitas	41
3.8.2.	Uji Reliabilitas	41
3.9	Uji Asumsi Klasik.....	42
3.9.1	Uji Normalitas	42
3.9.2	Uji Multikolinearitas.....	43
3.9.3	Uji Heteroskedastisitas	43
3.10	Analisis Regresi Linear Berganda	43
3.11	Uji Hipotesis.....	44
3.11.1	Uji Simultan (Uji F)	44
3.11.2	Uji Parsial (Uji t).....	45
3.11.3	Uji Koefisien Determinasi.....	45
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	46
4.1.1	Profil Perusahaan Brand Camille Beauty	46
4.1.2	Pruduk Camille Beauty	47
4.2	Analisis Responden.....	49
4.2.1	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....	49
4.2.2	Identitas Responden.....	50
4.3	Hasil dan Data	52
4.3.1	Uji Validitas.....	52
4.3.2	Uji Reabilitas	54
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	56
4.4.1	Uji Normalitas	56

4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	58
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	59
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	60
4.6 Uji Hipotesis	62
4.6.1 Uji T (Uji Parsial)	62
4.6.2 Uji F (Uji Simultan).....	64
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	65
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	66
4.7.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	66
4.7.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	68
4.7.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	68
4.7.4 Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian	69
BAB V PENUTUP.....	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran.....	71
5.3 Keterbatasan Penulisan	72
DAFTAR PUSTAKA.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra-Survey dari Mahasiswi Fakultas Eonomi dan Bisnis	4
Tabel 2.1 Telaah Empiris	22
Tabel 3.1 Operasional Variable	40
Tabel 4.1 Mekanisme Penyebaran Kuesioner	49
Tabel 4. 2 Karakteristik berdasarkan Usia	50
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian	51
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Angkatan	51
Tabel 4.5 Uji Citra Merek (X1)	52
Tabel 4.6 Validitas Kualitas Produk (X2)	53
Tabel 4.7 Validitas Kualitas Persepsi Harga (X3)	53
Tabel 4.8 Validitas Keputusan Pembelian (Y)	54
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Citra Merek (X1)	55
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X2)	55
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Persepsi Harga (X3)	55
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	56
Tabel 4.13 Hasil Uji Kolmogrov - Smirnov	57
Tabel 4.14 Uji Multikolinieritas	59
Tabel 4.15 Analisis Regresi Linear berganda	61
Tabel 4.16 Hasil Uji t	63
Tabel 4.17 Hasil Uji F (Simultan)	65
Tabel 4.18 Koefisien Determinasi (R^2)	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Top Brand Masker Wajah Terlaris di Shopee dan Tokopedia 3	
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	28
Gambar 4.1 Logo Camille <i>Beauty</i>	46
Gambar 4.2 Produk Camille <i>Beauty</i>	47
Gambar 4.3 Uji Normalitas P-P Plot.....	57
Gambar 4.4 Uji Heteroskedastisitas.....	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Uji Plagiarisme

Lampiran 2 : Uji Referensi

Lampiran 3 : Surat Permohonan

Lampiran 4 : Lembar Kuesioner

Lampiran 5 : Tabulasi Data dan Skala Penelitian

Lampiran 6 : Hasil Uji Pilot Study

Lampiran 7 : Tabel r (Koefisien Korelasi Sederhana Df 1-200)

Lampiran 8 : Titik Persentase Distribusi t (Df = 1 – 200)

Lampiran 9 : Titik Persentase Distribusi F (Probabilitas = 0,05)

Lampiran 10 : Buku Bimbingan

Lampiran 11 : Daftar Riwayat Hidup

