

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE* AZARINE MELALUI
MINAT BELI**

**(STUDI KASUS MAHASISWA PRODI MANAJEMEN
ANGKATAN 2021 UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA
RAYA)**

SKRIPSI

OLEH :

Zulfah Yuliani

202110325221



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

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Azarine Melalui Minat Beli (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Zulfah Yuliani

Nama Pokok Mahasiswa : 202110325221

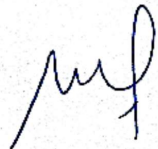
Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 03 Februari 2025

Jakarta, 14 Februari 2025

MENYETUJUI,

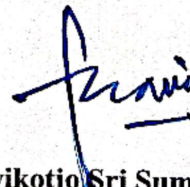
Pembimbing I



M. Fadhli Nursal, SE, MM.

NIDN : 0325057908

Pembimbing II



Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, ST., MM.

NIDN : 0329017202

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Azarine Melalui Minat Beli (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Zulfah Yuliani

Nomor Pokok : 202110325221

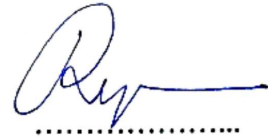
Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 03 Februari 2025

Jakarta, 14 Februari 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dra. Rini Wijayaningsih, M.M
NIDN. 0328056302



Sekretaris Tim Penguji : Dr. Milda Handayani, S.E., M.M
NIDN. 0330087504



Penguji : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M
NIDN. 0325057908



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 dibawah ini:

Nama : Zulfah Yuliani
Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325221
Tempat Tanggal Lahir : Bekasi, 27 Juli 2003
Alamat : Kp. Bendungan RT. 03/05, Desa
Satria Jaya, Kecamatan Tambun
Utara, Kabupaten Bekasi, 17511.

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Azarine Melalui Minat Beli (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)” ini sepenuhnya adalah hasil karya saya sendiri serta tidak mengandung materi dari penulis lain kecuali untuk kutipan yang sudah dicantumkan dengan jelas sesuai pedoman penulisan karya ilmiah.

Jika di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan di dalam karya ini, saya siap 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, 14 Februari 2025

Yang membuat Pernyataan



Zulfah Yuliani

202110325221

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana harga dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian *skincare* Azarine melalui minat beli. Hasil pra survey menunjukkan bahwa minat beli dan tingkat kepuasan mahasiswa terhadap produk Azarine tergolong rendah, yang menunjukkan pentingnya menetapkan harga yang terjangkau dan meningkatkan kualitas produk untuk memulihkan keputusan pembelian terhadap *skincare* Azarine. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui kuesioner yang dibagikan kepada 171 mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memakai *skincare* Azarine. Data tersebut kemudian dianalisis dengan regresi untuk melihat bagaimana variabel harga dan kualitas produk mempengaruhi variabel keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel yang menghubungkan keduanya. Temuan penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, baik langsung maupun melalui minat beli. Ini menunjukkan bahwa dengan keterjangkauan harga dan memperbaiki kualitas produk, Azarine dapat meningkatkan minat beli, yang kemudian akan memperkuat keputusan pembelian konsumen terhadap produk *skincare* Azarine. Oleh karena itu, *skincare* Azarine disarankan untuk terus menetapkan dan menjaga harga serta kualitas produk agar dapat mempertahankan minat beli dan keputusan pembelian.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Minat Beli, *Skincare* Azarine.

ABSTRACT

This research aims to analyze how price and product quality influence purchasing decisions for Azarine skincare through purchase intention. The pre-survey results show that students' purchasing interest and level of satisfaction with Azarine products is relatively low, which shows the importance of setting affordable prices and improving product quality to restore purchasing decisions for Azarine skincare. This research uses quantitative methods by collecting data through questionnaires distributed to 171 Management Study Program students at Bhayangkara University, Jakarta Raya who have used Azarine skincare. The data is then analyzed using regression to see how price and product quality variables influence purchasing decision variables with purchasing interest as the variable that connects the two. Research findings show that product price and quality have a positive and significant effect on purchasing decisions, both directly and through purchase intention. This shows that by affording prices and improving product quality, Azarine can increase purchasing interest, which will then strengthen consumer purchasing decisions for Azarine skincare products. Therefore, Azarine skincare is advised to continue to determine and maintain product prices and quality in order to maintain purchasing interest and purchasing decisions

Keywords: Price, Product Quality, Purchase Decision, Purchase Intention, Azarine Skincare.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Melalui skripsi ini penulis meneliti bagaimana Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Azarine Melalui Minat Beli. Semoga dengan adanya skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi peneliti, objek peneliti, pembaca yang membaca penelitian ini dan khususnya untuk mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Program Studi Manajemen agar bisa menyempurnakan kembali penelitian yang sudah diteliti oleh peneliti, serta bermanfaat bagi pembaca yang mencari sumber referensi bahan bacaan.

Penulis menyadari dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini tentu tidak akan selesai tanpa adanya bantuan dan dukungan dari beberapa pihak. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih, kepada :

1. Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH., MM., Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Yayan Hendayana, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Dr. Dian Sudiantini S.Pd, M.Pd selaku Dosen Pembimbing Akademik Kelas A04 Manajemen Angkatan 2021.

5. M. Fadhli Nursal, S.E., MM selaku Dosen Pembimbing I dan Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, ST., MM. selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberikan bimbingan, dukungan, dan ilmu dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Teristimewa kepada Ayah dan Ibu tercinta, Mu'minin dan Antih B. Terima kasih banyak atas doa, cinta, kepercayaan. Semoga Allah SWT memberikan keberkahan di dunia serta tempat yang terbaik di akhirat kelak, karena sudah menjadi figur orang tua terbaik. *I love you so much.*
7. Kepada Kakak saya yaitu Amirul Mu'minin, terima kasih sudah memberikan dukungan, bantuan, dan doa untuk saya hingga sampai di titik ini.
8. Teruntuk Rini Nurmila Sari, Siti Habibah, Dela Anjani, Puspa Ramadhita, dan Nining Sofia. Terima kasih atas bantuan dan dukungannya selama ini yang sudah menjadi pendengar yang baik untuk penulis.
9. Terima kasih untuk diri sendiri, karena sudah tidak menyerah sesulit apapun proses yang dilalui. Apapun kurang lebihmu mari rayakan dengan senang hati.

Jakarta, 14 Februari 2025

Penulis,



Zulfah Yuliani

NPM 202110325221

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.4.1 Kegunaan Teoritis	15
1.4.2 Kegunaan Praktis	15
1.5 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	18
2.1 Telaah Teoritis	18
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	18
2.2 Keputusan Pembelian	18
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian	18
2.2.2 Faktor-faktor Keputusan Pembelian	20
2.2.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	21
2.3 Minat Beli.....	22
2.3.1 Pengertian Minat Beli	22
2.3.2 Faktor-faktor Minat Beli	23
2.3.3 Indikator Minat Beli.....	24
2.4 Harga	26
2.4.1 Pengertian Harga.....	26

2.4.2 Faktor-faktor Harga	28
2.4.3 Indikator Harga	28
2.5 Kualitas Produk	29
2.5.1 Pengertian Kualitas Produk	29
2.5.2 Faktor-faktor Kualitas Produk	31
2.5.3 Indikator Kualitas Produk	32
2.6 Telaah Empiris	34
2.7 Kerangka Konseptual	38
2.8 Hipotesis	39
2.8.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	39
2.8.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	40
2.8.3 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli	40
2.8.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	41
2.8.5 Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian	42
2.8.6 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli	42
2.8.7 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Desain Penelitian	44
3.1.1 Jenis Penelitian	44
3.1.2 Jenis Sumber data	44
3.2 Populasi dan sampel	45
3.2.1 Populasi	45
3.2.2 Sampel	45
3.3 Tahapan Penelitian	47
3.4 Operasional Variabel	47
3.5 Waktu dan tempat penelitian	49
3.5.1 Waktu penelitian	49
3.5.2 Tempat Penelitian	50
3.6 Teknik Pengumpulan Data	50
3.7 Skala Pengukuran	51
3.8 Model Konseptual	52
3.9 Metode Analisis Data	52
3.9.1 Teknik Analisis Data	52

3.9.2 Tahapan Analisis PLS	53
3.9.2.1 Model Pengukuran (Outer Model)	53
3.9.2.2 Model Struktural (Inner Model).....	55
3.10 Hipotesis Statistik.....	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	58
4.1.1 Sejarah Perusahaan	58
4.1.2 Visi Dan Misi	60
4.2 Deskripsi Data	60
4.2.1 Penyebaran Dan Pengumpulan Responden	60
4.2.2 Identitas Responden.....	61
4.3 Hasil Analisis Data	64
4.3.1 Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>).....	64
4.3.2 Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	72
4.3.3 Hipotesis	76
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	79
4.4.1 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli.....	79
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	81
4.4.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	82
4.4.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	83
4.4.5 Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian	84
4.4.6 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli	85
4.4.7 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli	87
BAB V PENUTUP	89
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Keterbatasan Penelitian	90
5.3 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN.....	104

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Harga Produk Serum Dengan Pesaing.....	4
Tabel 1. 2 Daftar Harga Produk Terlaris Skincare Azarine	6
Tabel 1. 3 Pra-Survey Pengguna Produk Skincare Azarine.....	11
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	48
Tabel 3. 2 Waktu Penelitian	49
Tabel 3. 3 Skala Likert.....	51
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	63
Tabel 4. 4 Hasil Outer Loading	66
Tabel 4. 5 Hasil Average Variance Extracted (AVE)	67
Tabel 4. 6 Hasil Fornell-Larcker.....	69
Tabel 4. 7 Hasil Heterotrait-Monotrait (HTMT)	69
Tabel 4. 8 Hasil Cross Loading	70
Tabel 4. 9 Hasil Construct Reliability and Validity	71
Tabel 4. 10 Nilai R-Square	73
Tabel 4. 11 Nilai Q-Square	75
Tabel 4. 12 Nilai F Square	75
Tabel 4. 13 Nilai Path Coeficient.....	77
Tabel 4. 14 Nilai Indirect Effect	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Data Jumlah Perusahaan Kosmetik & Skincare Di Indonesia	2
Gambar 1. 2	Bukti Kandungan Skincare Overclaim	7
Gambar 1. 3	Bukti Kritikan Skincare Azarine	8
Gambar 1. 4	Bukti Klarifikasi Skincare Azarine	9
Gambar 1. 5	Data Penjualan Tanggal 15 Oktober 2024 – 21 Oktober 2024	10
Gambar 2. 1	Kerangka Penelitian	38
Gambar 3. 1	Model Konseptual	52
Gambar 4. 1	Logo Azarine	58
Gambar 4. 2	Brand Ambassador dan Kolaborasi Azarine	60
Gambar 4. 3	Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Gambar 4. 4	Diagram Responden Berdasarkan Usia	63
Gambar 4. 5	Diagram Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	64
Gambar 4. 6	Outer Model	65
Gambar 4. 7	Grafik Average Variance Extracted (AVE)	68
Gambar 4. 8	Inner Model	72
Gambar 4. 9	Grafik nilai R-Square	74
Gambar 4. 10	Grafik Nilai F-Square	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Permohonan Penelitian.....	105
Lampiran 2 : Persetujuan Penelitian	106
Lampiran 3 : Uji Plagiarisme	107
Lampiran 4 : Uji Referensi.....	109
Lampiran 5 : Kuesioner Penelitian.....	121
Lampiran 6 : Tabulasi Data	127
Lampiran 7 : Kartu Bimbingan	143
Lampiran 8 : Hasil Uji Smart PLS 4.0 2025	149
Lampiran 9 : Biodata.....	155