

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK,  
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI  
PRODUK MAKE OVER DI KOTA BEKASI**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Ana Berti Atmajayanti**

**202010325342**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2024**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Make Over Di Kota Bekasi

Nama Mahasiswa : Ana Berti Atmajayanti

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325342

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Januari 2024

Jakarta, 29 Januari 2024

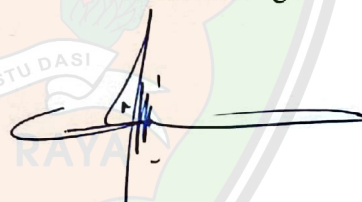
MENYETUJUI,

Pembimbing I



Dr. Dewi Sri Wulandari, S.E., M.Sc  
NIDN : 0303107106

Pembimbing II



Dr. Bayu Seno Pitoyo, S.E., M.Ak  
NIDN : 0302129101

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Make Over Di Kota Bekasi  
Nama Mahasiswa : Ana Berti Atmajayanti  
Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325342  
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis  
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Januari 2024

Jakarta, 29 Januari 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., MM., MBA  
NIDN.0309048102

Sekretaris Tim Penguji : Andrian, S.E., MM  
NIDN.0321077102

Penguji : Dr. Dewi Sri Wulandari, S.E., M.Sc  
NIDN.0303107106



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Dekan

Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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



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

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk *Make Over* Di Kota Bekasi” adalah 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 pada kemudian hari ditemukan kecurangan pengutipan 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, Februari 2024

Yang membuat pernyataan,



Ana Berti Atmajayanti  
NPM.202010325342

## ABSTRAK

**Ana Berti Atmajayanti 202010325342.** Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Make Over Di Kota Bekasi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mempertimbangkan berbagai faktor dan komponen yang kemungkinan saling mempengaruhi antara Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Make Over Di Kota Bekasi. Sampel penelitian ini sebesar 170 responden yang memiliki minat beli produk Make Over Di Kota Bekasi. Adapun jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan langsung dari responden dengan menggunakan instrument penelitian berupa kuesioner melalui Google Form dan teknik pengambilan sampel *convenience sampling*. kemudian hasil data diolah menggunakan aplikasi olah data SPSS 26. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Make Over baik secara parsial, namun tidak terdapat pengaruh persepsi harga terhadap minat beli produk Make Over baik secara parsial. Secara simultan kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Make Over Di Kota Bekasi.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga, dan Minat Beli.

## **ABSTRACT**

**Ana Berti Atmajayanti 202010325342.** *The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price Perception on Intention to Buy Make Over Products in Bekasi City.*

*This research aims to analyze and consider various factors and components that may influence each other between Product Quality, Brand Image and Price Perception on Purchase Interest in Make Over Products in Bekasi City. The sample for this research was 170 respondents who were interested in buying Make Over products in Bekasi City. This type of research uses a quantitative approach. Data was collected directly from respondents using research instruments in the form of questionnaires via Google Form and convenience sampling techniques. then the data results were processed using the SPSS 26 data processing application. The results of this research prove that product quality and brand image have a positive and significant effect on interest in buying Make Over products both partially, but there is no influence of price perception on interest in buying Make Over products either partially. . Simultaneously, product quality, price perception and brand image have a positive and significant effect on purchase intention for Make Over products in Bekasi City.*

*Keywords: Product Quality, Brand Image, Price Perception, and Purchase Intention*



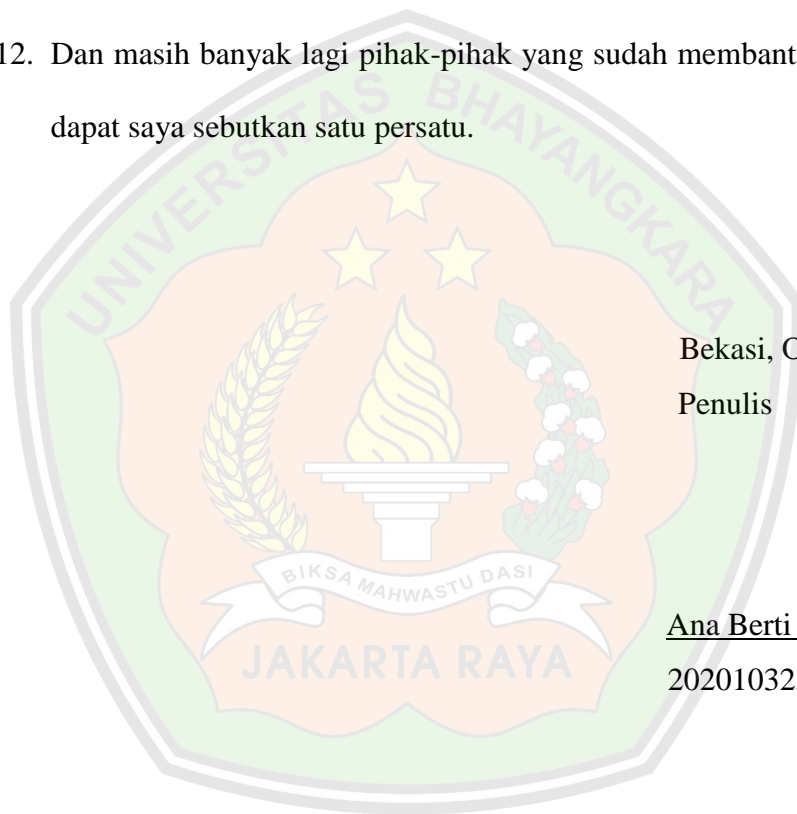
## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang karena perkenannannya penulis dapat menyusun proposal skripsi dengan judul “ Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk PT Whetron Jaya. Penyusunan proposan skripsi ini tentunya merupakan salah satu tahapan langkah untuk selanjutnya dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M, selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Bahayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Matdio Siahnam, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Ibu Dr. Dewi Sri Wulandari, SE., M.Sc, selaku Dosen Pembimbing Skripsi 1.
6. Bapak Dr. Bayu Seno Pitoyo, SE., M.Ak, selaku Dosen Pembimbing Skripsi 2.
7. Para dosen penguji dalam sidang proposal skripsi.
8. Suami tercinta yang selalu mendukung saya dan keluarga saya.
9. Orang tua yang dengan setia selalu mendukung saya dengan ikut

menjaga anak saya.

10. Teman-teman sekelas di kampus yang selalu memberi masukan dan tidak pernah mengeluh jika diminta bantuan.
11. Semua Responden Pelanggan Make Over di Kota Bekasi yang bersedia membantu dalam memberikan jawaban atas kuisisioner yang berhubungan dengan penelitian ini.
12. Dan masih banyak lagi pihak-pihak yang sudah membantu yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.



Bekasi, Oktober 2023

Penulis

Ana Berti Atmajayanti

202010325342



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEBAR PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</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 Kualitas Produk .....	13
2.2 Citra Merek.....	18
2.3 Persepsi Harga .....	23
2.4 Minat Beli.....	28
2.5 Telaah Empiris .....	32
2.6 Hipotesis .....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
3.1 Desain Penelitian .....	44
3.2 Populasi dan Sampel .....	44
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	46

3.4	Definisi Operasional dan Skala Pengukurannya .....	46
3.5	Metode Analisis Data .....	49
3.6	Pengujian Hipotesis .....	54
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>56</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	56
4.2.	Hasil Penelitian.....	57
4.2.3.	Uji Instrumen Penelitian .....	61
4.2.7.	Pembahasan Hasil Penelitian .....	72
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>77</b>
5.2.	Kesimpulan.....	77
5.3.	Saran .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>80</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 <i>Research Summary</i> Penelitian Sebelumnya .....	34
Tabel 3. 1 Operasional Variabel .....	48
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran Kategori .....	49
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Usia .....	57
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	58
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	58
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Domisili .....	59
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Tingkat Pembelian Produk Make Over .....	61
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas .....	62
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas .....	63
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas .....	65
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinieritas .....	66
Tabel 4. 10 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	68
Tabel 4. 11 Hasil Uji t .....	70
Tabel 4. 12 Hasil Uji F .....	71
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R Square</i> ) .....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 10 <i>Brand</i> Terlaris Kategori Kosmetik Bibir .....	5
Gambar 1. 2 Top Penjualan Produk Kosmetik .....	6
Gambar 1. 3 7 <i>Brand</i> Kosmetik Lokal Paling Banyak Digunakan di Indonesia ....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	41
Gambar 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Make Over Yang Ingin Dibeli .....	60
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	67



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme

Lampiran 2 Uji Referensi

Lampiran 3 Kuesioner Penelitian

Lampiran 4 Tabel Hasil Tabulasi Data

Lampiran 5 Uji Data SPSS 26

Lampiran 6 Uji R, T, dan F Tabel

Lampiran 7 Kartu Bimbingan

Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup

