

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MELALUI MINAT BELI PRODUK  
SKINTIFIC  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Dinda Fauziah**

**202010325209**



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

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Skintific (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Dinda Fauziah

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325209

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 23 Januari 2024

Jakarta, 31 Januari 2024

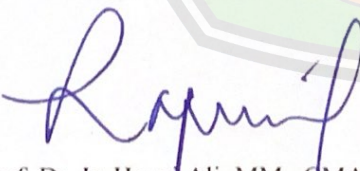
MENYETUJUI,


BIKSA MAHWASTU DASI

JAKARTA RAYA

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

  
Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM., CMA., MPM  
NIDN: 0012016601

  
M. Fadhli Nursal, SE., MM  
NIDN: 0325057908

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap  
Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk  
Skintific (Studi Kasus Pada Mahasiswa  
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Dinda Fauziah  
Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325209  
Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis  
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 23 Januari 2024

Jakarta, 31 Januari 2024

MENGESAHKAN,

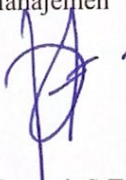
Ketua Tim Penguji : Prof. Dr. Adler Haymans Manurung, S.E., S.H.,  
M.E., M.Comm., ChFC., RFC., CLU., ERMCP.,  
CIMBA  
NIDN. 0017126105

Sekretaris Tim Penguji : Jumawan, SE., MM  
NIDN. 0305096802


Penguji : Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM., CMA., MPM  
NIDN. 0012016601

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Manajemen

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

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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



## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa, Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Skintific (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)” ini adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai 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 memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikan melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 31 Januari 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Dinda Fauziah

2020103325209

## ABSTRAK

Penelitian ini digunakan untuk mengukur pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana objek yang digunakan merupakan mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 150 responden. Rancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian hipotesis (*hypothesis testing*) dengan menggunakan structural equation model (SEM) – SmartPLS 3.0.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa variabel kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dan variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini memberikan saran bahwa setiap produk harus lebih memperhatikan kembali kualitas produk dan harga nya bagi kemajuan produk.

Implikasi dari penelitian ini adalah sebaiknya perusahaan dapat meningkatkan hubungan terhadap produk dengan meningkatkan kualitas yang mendorong konsumen untuk meningkatkan keputusan pembelian melalui minat beli produk skintific

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian, Minat Beli**

## **ABSTRACT**

*This research is used to measure the influence of product quality and price on purchasing decisions through purchase intention. This research is a quantitative research where the objects used are students at Bhayangkara University, Jakarta Raya. The number of samples used in this study were 150 respondents. The design used in this study is hypothesis testing using the structural equation model (SEM) – SmartPLS 3.0.*

*The results of this research explain that product quality and price variables have a positive effect on purchasing decisions. And the price variable has a positive effect on purchasing decisions. This research suggests that each product should pay more attention to product quality and price for product progress.*

*The implication of this research is that companies should be able to improve relationships with products by improving quality which encourages consumers to increase purchasing decisions through interest in purchasing synthetic products.*

***Keywords: Product Quality, Price, Purchasing Decisions, buying interest***

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Skintific (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)”** yang dimana diselesaikan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Salah satu upaya penulis dalam penulisan skripsi ini adalah mengusahakan penulisan bahasan dalam konteks yang mudah dimengerti dan dipahami oleh berbagai pihak baik akademisi, teman mahasiswa, birokrat hingga praktisi bisnis. Karena penulis ingin bahwa hasil karyanya ini dapat berguna dan bermanfaat bagi banyak orang dan dapat dipahami dengan mudah dan baik.

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis mendapat banyak bantuan dari kerabat, teman, dosen pembimbing, keluarga dan masih banyak lagi yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan banyak terimakasih kepada:

1. Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M, selaku rector Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M, selaku Kaprodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Dr. Heni Rohaeni, S.Sos., M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan arahan dan semangat selama proses penulisan skripsi dan masa perkuliahan.
5. Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM., CMA., MPM. selaku Dosen Pembimbing I dan M. Fadhli Nursal, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II penelitian yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing dan mengarahkan saya dalam penyusunan Tugas Akhir ini.



6. Bapak Nurdin HB dan Ibu Siti Romlah yang saya sangat cintai dan sayangi selaku orangtua peneliti, yang telah mendoakan, mendidikan dan memberikan dorongan semangat. Skripsi ini peneliti persembahkan untuk ibu dan bapak yang telah mengisi dunia peneliti dengan begitu banyak kebahagiaan. Terima kasih atas semua cinta yang telah ibu dan bapak berikan kepada peneliti. Semoga selesainya skripsi ini dapat menjadi kebanggaan dan kebahagiaan ibu dan bapak.
7. Muhammad Iqbal, laki-laki yang tak kalah penting kehadirannya. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga maupun waktu kepada penulis. Telah mendukung, menghibur dan sudah bersedia menjadi tempat cerita sekaligus keluh kesah selama dalam proses penyelesaian skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan, Lydia Primawati, Priska Laurensia S, Cindy Anggita, Intan Fadhilah Somantri, Safira Tamiya Putri. yang sudah menjadi tempat berbagi canda tawa dan selalu memberikan dukungan moril untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, semoga kebaikan kalian mendapatkan ganjaran yang setimpal.
10. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri



Dengan segala kerendahan hati, peneliti memohon maaf apabila ditemukan kekeliruan dalam penulisan Tugas Akhir Skripsi ini. Peneliti sangat mengharapkan saran dan kritikan yang membangun demi perbaikan terhadap penelitian ini.

Jakarta, 31 Januari 2024

Yang Menyatakan,

Dinda Fauziah



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	7
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
1.5.1 Manfaat Akademis .....	7
1.5.2 Manfaat Praktis .....	7
1.6 Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1 Grand Theory .....	9
2.2 Keputusan Pembelian.....	9
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	9
2.2.2 Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	12
2.2.3 Indikator Keputusan Pembelian .....	14
2.3 Harga.....	14
2.3.1 Pengertian Harga.....	14
2.3.2 Strategi Penetapan Harga .....	16
2.3.3 Faktor Yang Mempengaruhi Harga .....	16
2.4 Indikator Harga .....	17
2.5 Kualitas Produk.....	17

2.5.1	Pengertian Kualitas Produk.....	17
2.5.2	Faktor yang mempengaruhi kualitas produk.....	19
2.5.3	Indikator Kualitas Produk .....	19
2.6	Minat Beli .....	20
2.6.1	Pengertian minat beli.....	20
2.6.2	Indikator Minat Beli .....	22
2.6.3	Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli .....	23
2.7	Penelitian Terdahulu .....	24
2.8	Kerangka Pemikiran.....	27
2.9	Hipotesis Penelitian.....	27
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
3.1	Desain Penelitian.....	28
3.2	Tahapan penelitian .....	28
3.2.1	Tahapan Pelaksanaan .....	29
3.3	Tempat dan Waktu Penelitian .....	29
3.4	Model Konseptual Penelitian .....	29
3.5	Variabel Penelitian .....	30
3.5.1	Variabel Independen .....	30
3.5.2	Variabel Dependen.....	30
3.5.3	Variabel Intervening.....	30
3.6	Metode Pengambilan Populasi dan Sampel .....	31
3.6.1	Populasi.....	31
3.6.2	Sampel.....	31
3.6.3	Tekhnik pengambilan sampel .....	32
3.7	Jenis Dan Sumber Data .....	33
3.8	Definisi Operasional Variabel.....	33
3.9	Skala pengukuran .....	35
3.10	Metode Analisis Data.....	36
3.10.1	<i>Outer Model</i> .....	37
3.10.2	<i>Inner Model</i> .....	38
3.10.3	Uji Hipotesis .....	39
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	40

4.1.1 Profile Produk .....	40
4.1.2 Sejarah Produk .....	40
4.1.3 Logo Skintific .....	41
4.1.4 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	41
4.2 Deskripsi Data.....	42
4.2.1 Karakteristik Responden .....	42
4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	43
4.3 Hasil Model Pengukuran (Outer Model).....	44
4.3.1 Hasil Convergent Validity .....	44
4.3.2 Hasil Composite Reliability .....	46
4.4 Hasil Pengujian Model Pengukuran ( <i>Inner Model</i> ) .....	46
4.5 Pengujian Hipotesis dan Interpretasi Hasil .....	48
4.6 Pembahasan.....	50
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>53</b>
5.1 Kesimpulan .....	53
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	53
5.3 Saran.....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>55</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>58</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 3.1 Definisi Operasionalisasi .....	34



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Brand Skincare Serum Terlaris E-commerce.....	2
Gambar 1.2 Ulasan Negative Konsumen Skintific .....	5

