

**PENGARUH CITRA MEREK , HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI PRODUK *SUNSCREEN* MEREK THE
ORIGINOTE
PADA MAHASISWI FEB UNIVERSITAS BHAYANGKARA**

SKRIPSI

Oleh :

Rahma Fitriani Thalitha

202010325188



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek ,Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Sunscreen Merek The Originote (Pada Mahasiswa Feb Universitas Bhayangkara)

Nama : Rahma Fitriani Thalitha

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325188

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 16 Juli 2024

MENYETUJUI

Pembimbing I

Pembimbing II


Supriyanto S.E.,M.M.
NIDN 0020067201


Dody Kurniawan S.E.,M.M.
NIDN 0319087903

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk *Sunscreen* Merek The Originote Pada Mahasiswi Feb Universitas Bhayangkara

Nama Mahasiswa : Rahma Fitriani Thalitha

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325188

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 16 Juli 2024

Jakarta, 25 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Tutiek Yoganingsih, S.E., M.Si
NIDN. 0302016002

Sekretaris Tim Penguji : Cahyadi Husadha, S.E., M.M
NIDN. 0304068209

Penguji : Supriyanto, S.E., M M
NIDN. 0020067201

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

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

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rahma Fitriani Thalitha

Nomor pokok mahasiswa : 202010325188

Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 21 Desember 2001

Alamat : Perumahan Pondok Ungu Permai Blok GG1 No 18
Rt04/RW23. Kel kaliabang Tengah kec. Bekasi utara.

Dengan ini saya menyatakan:

Skripsi saya yang berjudul Pengaruh Citra Merek Harga Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk *Sunscreen* Merek The Originote. Pada Mahasiswi FEB Universitas Bhayangkara. Skripsi ini adalah 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 di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, maka saya bersedia untuk 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, 24 juli 2024

Yang membuat pernyataan



Rahma Fitriani Thalitha

202010325188

ABSTRAK

Perkembangan produk khususnya bagian muka merupakan salah satu bagian yang dapat menunjang penampilan dan menjadi sebuah kebutuhan wajib bagi setiap perempuan. Produk perawatan wajah adalah salah satu yang tidak bisa di pisahkan apalagi oleh kaum perempuan. Para produk konsumen khususnya yang pada ingin berpergian ke kampus lebih selektif dalam memilih produk produk yang terbaru teruma sunscreen The Originote pada konsumen. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui secara simultan dan parsial dari variabel bebas yaitu, Citra Merek, Harga, dan Kuallitas Produk, variabel terikat Minat Beli. Metode yang digunakan pada penellitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang dimana dalam penelitian ini menggunakan perhitungan Purposive Sampling dengan rumus Hair. Populasi seluruh dalam penelitian ini 100 responden. Berdasarkan hasil penelitian dalam uji parsial (T) bahwa variabel dari citra merek diperoleh t-hitung sebesar $2,939 > 1,984$ (t-tabel) dengan sig. $0,000 < 0,05$ atau juga nilai signifikan kebiih kecil dari 0,05. Maka H_0 ditolak H_a diterima yang dimana bahwa secara parsial Citra Merek (X1) berpengaruh terhadap minat beli (Y). untuk variabel harga (X2) diperoleh t-hitung sebesar $1,097 > 1,984$ (t-tabel) dengan sig. $0,275 < 0,05$ atau juga nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Maka H_0 ditolak H_a diterima dimana bahwa secara parsial harga (X2) berpengaruh terhadap minat beli (Y). variabel kualitas produk (X3) diperoleh t-hitung sebesar $0,587 > 1,984$ (t-tabel) dengan sig 0,558 atau juga nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Maka H_0 ditolak H_a diterima yang dimana bahwa secara parsial kualitas produk (X3) berpengaruh terhadap minat beli. selanjutnya dalam uji F, nilai f hitung sebesar $6,790 > 2.66$ (F-tabel) dengan nilai sig $0,00 < 0,05$ maka dari itu H_0 ditolak dan H_a diterima yang dimana bahwa secara simultan citra nerek (X1), harga (X2) dan kualitas produk (XP3) berpengaruh secara signifikan terhadap mknat beli (Y). bahwa nilai yang diperoleh R square (koefisien determinasi) yang sebesar 0,149 atau 149%. Hal ini berarti bahwa adanya koefisien determinasi (r square) sebesar 175. Hal ini menjelaskan bahwa adanya konstribusi citra merek harga kualitas produk terhadap minat beli.

Kata kunci: Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Minat Beli.

ABSTRACT

Product developments, especially the face, are one part that can support appearance and have become a mandatory requirement for every woman. Facial care products are something that cannot be separated, especially by women. Consumer products, especially those who want to travel to campus, are more selective in choosing the newest products, especially The Originote sunscreen for consumers. This research was conducted with the aim of simultaneously and partially determining the independent variables, namely, Brand Image, Price and Product Quality, the dependent variable is Purchase Interest. The method used in this research uses a quantitative method, which in this research uses Purposive Sampling calculations with the Hair formula. The total population in this study was 100 respondents. Based on the research results in the partial test (T), the brand image variable obtained a t-count of $2.939 > 1.984$ (t-table) with sig. $0.000 < 0.05$ or also a significant value smaller than 0.05. So H_0 is rejected and H_a is accepted, which means that partially Brand Image (x1) influences purchase interest (Y). for the price variable (X2) the t-count was $1.097 > 1.984$ (t-table) with sig. $0.275 < 0.05$ or also a significant value smaller than 0.05. So H_0 is rejected, H_a is accepted, where partially the price (x2) influences buying interest (Y). The product quality variable (x3) obtained a t-count of $0.587 > 1.984$ (t-table) with a sig of 0.558 or also a significant value smaller than 0.05. So H_0 is rejected and H_a is accepted, which means that partially product quality (x3) influences buying interest. Furthermore, in the F test, the calculated f value is $6,790 > 2.66$ (f-table) with a sig value of $0.00 < 0.05$, therefore H_0 is rejected and H_a is accepted, which means that simultaneously brand image (x1), price (x2) and product quality (x3) have a significant effect on purchase intention (Y). that the value obtained by R square (coefficient of determination) is 0.149 or 149%. This means that there is a coefficient of determination (r square) of 175. This explains that there is a contribution of brand image, price, product quality to purchasing interes.

Keywords: Citra Merek, Price, Product Quality, Interested in Buying.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan karunianya pada akhirnya peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek Harga, Kualitas produk terhadap Minat Beli produk sunscreen merek The Originote (pada mahasiswi Universitas Bhayangkara)”. Tujuan dari proposal skripsi ini di buat adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam meraih kelulusan Sarjana Manajemen Program Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, peneliti tidak luput dari kendala serta kesalahan. Kendala tersebut dapat diantisipasi oleh peneliti berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Irjen Pol. (Purn) Prof Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M sebagai Rektor 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 Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta
4. Supriyanto, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan arahan serta bimbingan dalam pembuatan skripsi kepada penulis.
5. Dody Kurniawan, S.E M.M selaku Dosen Pembimbing II yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan arahan serta bimbingan dalam pembuatan skripsi kepada penulis
6. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
7. Kedua orang tua saya yang tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, doa yang tiada henti dalam setiap langkah hidup.
8. kepada diri saya sendiri Rahma Fitriani T. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karena terus

berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah. Terimakasih sudah berjuang.

9. Terima kasih kepada mas pacar saya yang bernama Lutfi Martakusuma (mas lotek) yang sudah mendukung saya dalam mengerjakan penulisan ini, memberi semangat ,dan mendergarkan keluh kesah saya dalam mengerjakan skripsi.
10. Dan yang terakhir terimakasih kepada mas Akbar Ajis Alen Bagas Wawa Putri Azaa Bila Dinda yang sudah membantu saya dalam mengerjakan tugas akhir saya.

Bekasi, 29 Maret 2024

Rahma Fitriani T

202010325188



DAFTAR ISI

Hal

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11

1.5 Sistematika Penelitian.....	11
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	13
2.1 Telaah Teoritis	13
2.1.1 Minat Beli	13
2.1.2 Citra Merek	15
2.1.3 Harga.....	20
2.1.4 Kualitas Produk.....	24
2.2 Telaah Empiris.....	26
2.3 Kerangka Konseptual.....	29
2.4 Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Desain Penelitian	33
3.1.1 Pendekatan Penelitian	33
3.1.2 Metode Penelitian	34
3.2 Populasi Dan Sampel.....	34
3.2.1 Populasi.....	34
3.2.2 Sampel.....	34
3.3 Jenis Dan Sumber Data.....	35

3.3.1 Jenis Data	35
3.3.2 Sumber Data.....	35
3.4 Definisi Operasional Variabel Dan Skala Pengukurannya	36
3.4.1 Operasional Variabel.....	36
3.4.2 Skala Pengukuran.....	38
3.5 Metode Analisis Data Dan Pengujian Hipotesis.....	39
3.5.1 Uji Validitas	39
3.5.2 Uji Reabilitas.....	39
3.6 Uji Asumsi Klasik	40
3.6.1 Uji Normalitas.....	40
3.6.2 Uji Multikolinieritas.....	40
3.6.3 Uji Heteroskedastisitas.....	41
3.7 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	41
3.8 Uji Hipotesis	42
3.8.1 Uji Parsial (T Test).....	42
3.8.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	46

4.1.1 Sejarah Umum.....	46
4.1.2 Logo The Originate	46
4.1.3 Macam-Macam Produk The Originote	47
4.2 Hasil Penelitian.....	48
4.2.1 Identitas Responden	49
4.3 Hasil Analisis Data	52
4.3.1 Uji Validitas	52
4.3.2 Uji Reabilitas.....	54
4.4 Uji Asumsi Klasis.....	55
4.4.1 Uji Normalitas.....	55
4.4.2 Uji Multikolinieritas.....	56
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	57
4.5 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	58
4.6 Pengujian Hipotesis Statistik.....	61
4.6.1 Uji Parsial (Uji T)	61
4.6.2 Uji F	62
4.6.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	63
4.7 Pembahasan Dan Hasil Penelitian	64

4.7.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk	64
4.7.2 Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Produk	65
4.7.3 Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli produk	66
4.7.4 Pengaruh Citra Merek, harga dan kualitas produk terhadap minat beli produk	66
BAB V PENUTUP	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 implikasi manejerial.....	68
5.3 Keterbatasan	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	72

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1 Perbandingan produk local sunscreen	4
Tabel 1.2 Tabel perbandingan harga	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Oprasional Variabel.....	36
Tabel 3.2 Skala Likert	38
Tabel 4.1 Hasil penyebaran dan penerimaan kuisoner.....	48
Tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	49
Tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan usia.....	49
Tabel 4.4 karakteristik berdasarkan pekerjaan	50
Tabel 4.5 karakteristik berdasarkan pengguna produk the originote	51
Tabel 4.6 Uji Validitas Citra Merek (X1)	52
Tabel 4.7 Validitas Harga (X2)	53
Tabel 4.8 Uji validitas kualitas produk (X3)	53
Tabel 4.9 Uji Validitas Minat Beli (Y).....	54
Tabel 4.10 Uji Reabilitas	55
Tabel 4.11 Uji Normalitas	55
Tabel 4.12 Uji Multikolinieritas	56
Tabel 4.13 Uji Heteroskedastisitas	57

Tabel 4.14 Analisis Linear Berganda	59
Tabel 4.15 Uji T	61
Tabel 4.16 Uji F.....	63
Tabel 4.17 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	63



DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1.1 Diagram penjualan di tik tok.....	3
Gambar 1.2 Data penjualan di e-commers.....	7
Gambar 2.1 Gambar kerangka konseptual.....	29
Gambar 4.1 Logo The Originote.....	47
Gambar 4.2 Produk The Originote.....	47



DAFTAR LAMPIRAN

	Hal
Lampiran 1 Uji Plagiatrisme	73
Lampiran 2 Uji Referensi	74
Lampiran 3 Kuisioner Penelitian.....	82
Lampiran 4 Tabulasi Data	83
Lampiran 5 Hasil Uji SPSS 25.....	96

