

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE
SOMETHING PADA GENERASI Z MELALUI MINAT BELI
DI *E-COMMERCE* SHOPEE**

SKRIPSI

OLEH :

SISKA APRELYANI

202010325243



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Kualitas Produk
terhadap Keputusan Pembelian produk
skincare Somethinc pada Generasi Z Melalui
Minat Beli di E-Commerce Shopee

Nama Mahasiswa : Siska Aprelyani
Nomor Pokok : 202010325243
Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 16 Juli 2024

Jakarta, 29 Juli 2024

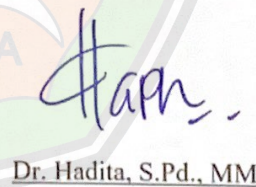
MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Prof. Dr. Ir. Harzi Ali, MM., CMA., MPM

NIDN. 0012016601


Dr. Hadita, S.Pd., MM

NIDN. 0329048302

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap
Keputusan Pembelian produk skincare Somethinc
pada Generasi Z melalui Minat Beli di E-Commerce
Shopee

Nama Mahasiswa : Siska Aprelyani

Nomor Pokok : 202010325243

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 16 Juli 2024

Jakarta, 29 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Prof. Dr. Ni Nyoman Sawitri, MBA

NIDN. 0326126102

Sekretaris Tim Penguji : Dr. Edward Efendi Silalahi, S.Mn, M.M

NIDN. 0310016102

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Siska Aprelyani
Nomor Pokok Mahasiwa : 202010325243
Tempat, Tanggal Lahir : Kuningan, 23 April 2001
Alamat : Jalan Rajawali 3 No.12 Rt 01/Rw 03 Kota Baru
Kecamatan Bekasi Barat, Bekasi (17133)

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian produk skincare Somethinc pada Generasi Z Melalui Minat Beli di E-Commerce Shopee. 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 dikemudian 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 mempublikasinya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 29 Juli 2024
Yang membuat Pernyataan,



Siska Aprelyani
202010325243

ABSTRAK

Siska Aprelyani, 202010325243. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Minat Beli dapat mempengaruhi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk Skincare Somethinc pada Generasi Z di E-Commerce Shopee. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menggunakan sampel sebanyak 200 responden dan terfokus pada pengguna skincare Somethinc di Generasi Z Kota Bekasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan metode statistik dengan *software* SmartPLS 4.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat variabel yang saling berpengaruh, seperti penjelasan singkat sebagai berikut ini : 1) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli, 2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 3) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli, 4) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 5) Minat Beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

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

ABSTRACT

Siska Aprelyani, 202010325243. This research aims to find out whether Purchase Intention can influence Product Price and Quality on Purchase Decisions for Somethinc Skincare products among Generation Z on Shopee E-Commerce. The method used in this research is a quantitative method. Using a sample of 200 respondents and focusing on Somethinc skincare users in Generation Z, Bekasi City. The sampling technique uses Purposive Sampling technique. The data collection technique uses a questionnaire. Data analysis techniques use statistical methods with SmartPLS 4.0 software. The results of this research show that there are variables that influence each other, as a brief explanation as follows: 1) Price has a positive and significant influence on Purchase Interest, 2) Price has a positive and significant influence on Purchase Decisions, 3) Product Quality has a positive and significant influence on Purchase Interest Buy, 4) Product Quality has a positive and significant effect on Purchasing Decisions, 5) Purchase Interest has a positive and significant effect on Purchasing Decisions.

Keywords : Price, Product Quality, Purchase Decision, Purchase Interest

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis sampaikan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan Rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan judul "**Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Somethinc pada Generasi Z Melalui Minat Beli di *E-Commerce* Shopee**". 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. Bapak Irjen Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Heni Rohaeni, S.Sos, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik, penulis berterima kasih atas motivasi dan bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan tepat waktu.

5. Bapak Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, M.M, CMA, MPM selaku Dosen Pembimbing 1 dan Ibu Dr. Hadita, S.Pd., MM selaku Dosen Pembimbing 2, penulis berterima kasih atas bimbingan, saran, dan semangat yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin.
6. Kepada orang tua dan adik laki-laki serta keluarga yang telah memberikan doa, dukungan moral, dan dukungan finansial yang sangat berarti sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan.
7. Seluruh Dosen serta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah berbagi ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan ini.
8. Teman seperjuangan dalam penyusunan skripsi ini Reni Silviah dan Galuh Prasetyaningrum yang memberikan dukungan yang luar biasa, saling mendukung, dan semangat yang tinggi dalam mengerjakan skripsi ini.
9. Joko Sulistio, terima kasih atas dukungan, semangat, serta telah menjadi berkeluh kesah, selalu ada dalam suka maupun duka dari awal perkuliahan hingga akhir proses penyusunan skripsi ini.
10. Teman berbagi cerita, Sinta, Amel dan Berlin yang selalu memberikan dukungan dan bantuin sebagai teman berkeluh kesah selama pengerjaan skripsi ini.
11. Sahabat serta Teman sepermainan dalam perkuliahan Riswanda, Safina, Zahra dan Lala yang memberikan dukungan, semangat, serta menjadi tempat berbagi pengetahuan dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis menerima saran dan kritik dari pembaca.

Jakarta, 13 April 2024

Siska Aprelyani

202010325243



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	15
1.1 Latar Belakang.....	15
1.2 Rumusan Masalah	27
1.3 Tujuan Penelitian	28
1.4 Manfaat Penelitian.....	28
1.5 Batasan Masalah.....	29
BAB II TELAAH PUSTAKA	30
2.1 <i>Grand Theory</i>	30
2.2 Minat Beli	30
2.2.1 Pengertian Minat Beli	30
2.2.2 Faktor yang mempengaruhi Minat Beli	31
2.2.3 Indikator Minat Beli.....	32
2.3 Keputusan Pembelian.....	33
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	33
2.3.2 Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian	34
2.3.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	34
2.4 Kualitas Produk	36
2.4.1 Pengertian Kualitas Produk.....	36
2.4.2 Dimensi Kualitas Produk	36
2.4.3 Indikator Kualitas Produk	38
2.5 Harga.....	38

2.5.1 Pengertian Harga.....	38
2.5.2 Penetapan Harga	39
2.5.3 Indikator Harga	41
2.6 Tinjauan Teoritis.....	42
2.7 Pengaruh Antar Variabel	45
2.8 Kerangka Konseptual	47
2.9 Hipotesis.....	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49
3.1 Desain Penelitian	49
3.2 Objek dan Waktu Penelitian.....	49
3.3 Operasional Variabel	50
3.3.1 Pengertian Variabel.....	50
3.4 Populasi Penelitian	54
3.5 Sampel Penelitian	54
3.5.1 Teknik Pengambilan Sampel	54
3.5.2 Teknik Penentuan Jumlah Sampel.....	55
3.6 Metode Pengumpulan Data	55
3.6.1 Jenis Data	55
3.6.2 Teknik Pengumpulan Data	56
3.6.3 Teknik Pengukuran.....	56
3.7 Model Konseptuan Penelitian.....	57
3.8 Metode Analisa Data	58
3.8.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	58
3.8.2 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	59
3.8.3 Rancangan Uji Hipotesis.....	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1 Gambaran Umum.....	62
4.1.1 Sejarah Singkat Somethinc	62
4.1.2 Visi dan Misi Somethinc	64
4.1.3 Logo Somethinc.....	64
4.1.4 Produk Somethinc.....	65
4.2 Deskripsi Data	66
4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	66
4.2.2 Identitas Responden.....	66
4.3 Hasil Analisis Data.....	68

4.3.1 Skema Model <i>Partial Least Square</i>	68
4.3.2 Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)	69
4.3.3 Pengujian Model Struktural (Inner Model)	75
4.3.4 Pengujian Uji Hipotesis	79
4.4 Pembahasan.....	81
4.4.1 Pengaruh Harga terhadap Minat Beli	81
4.4.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	82
4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli	83
4.4.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	84
4.4.5 Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian	85
BAB V PENUTUP	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	90



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	42
Tabel 3.1 Indikator Variabel.....	51
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	57
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	67
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Domisili.....	68
Tabel 4.4 Hasil Outer Loading.....	70
Tabel 4.5 Hasil <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	72
Tabel 4.6 Hasil <i>Cross Loading</i>	73
Tabel 4.7 Hasil <i>Composite Reliability & Crobach Alpha</i>	74
Tabel 4.8 Hasil R-Square.....	76
Tabel 4.9 Hasil F-Square	77
Tabel 4.10 Hasil <i>Path Coefficient</i>	79



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna <i>E-Commerce</i> pengunjung terbanyak 2023	16
Gambar 1.2 10 Brand Skincare Terlaris di <i>E-Commerce</i>	19
Gambar 1.3 Top 5 Brand Perawatan Wajah Terlaris di <i>E-Commerce</i>	20
Gambar 1.4 Data Penjualan Serum Somethinc tahun 2022.....	21
Gambar 1.5 Ulasan Konsumen <i>Skincare</i> Somethinc	22
Gambar 1.6 Ulasan Buruk Konsumen Somethinc	23
Gambar 1.7 Hasil Pra Survey	26
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	47
Gambar 3.1 Model Konseptual Penelitian.....	57
Gambar 4.1 Logo Somethinc	64
Gambar 4.2 Rangkaian Produk Somethinc	65
Gambar 4.3 Hasil Outer Model.....	69
Gambar 4.4 Hasil Inner Model	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme	96
Lampiran 2 Uji Referensi.....	98
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	106
Lampiran 4 Tabulasi Data Penelitian.....	112
Lampiran 5 Hasil Uji SmartPLS	132
Lampiran 6 Buku Bimbingan.....	136
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup.....	138

