

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PARFUM
MYKONOS DI KELURAHAN PERWIRA BEKASI UTARA**

SKRIPSI

OLEH:

ANDIKA BUDI SAPUTRA

202110325273



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image*, Harga dan Kualitas
Produk terhadap Keputusan Pembelian
Parfum Mykonos di Kelurahan Perwira
Bekasi Utara

Nama Mahasiswa : Andika Budi Saputra
Nomor Pokok : 202110325273
Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Juli 2025

Jakarta, 29 Juli 2025

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Dr. Novita Wahyu Setyawati, S.E., M.M


Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, S.T., M.M

NIDN. 0313117902

NIDN. 0329017202

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image*, Harga dan Kualitas
Produk terhadap Keputusan Pembelian Parfum
Mykonos di Kelurahan Perwira Bekasi Utara

Nama Mahasiswa : Andika Budi Saputra

Nomor Pokok : 202110325273

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Juli 2025

Jakarta, 29 Juli 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Tyna Yunita, S.E., M.M.
NIDN. 0319067107

Sekretaris Tim Penguji : Dr. Muhammad Asif Khan, LLB, MA
NIDN. 0303038004

Penguji : Dr. Novita Wahyu Setyawati, S.E., M.M.
NIDN. 0313117902

[Signatures]

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M.
NIDN. 0827037601

Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M.
NIDN. 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Andika Budi Saputra
Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325273
Tempat, Tanggal Lahir : Palu, 7 Mei 2002
Alamat : Jl. Poros Palu-Kulawi Km 9. RT/RW 002/001
Kel. Kabobona Kec. Dolo Kab. Sigi

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh *Brand Image*, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Parfum Mykonos di Kelurahan Perwira Bekasi Utara”** Skripsi ini adalah karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan 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 mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 29 Juli 2025

Yang Membuat Pernyataan,



Andika Budi Saputra

202110325273

ABSTRAK

Andika Budi Saputra 202110325273. “Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Mykonos di Perwira Bekasi Utara.

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui secara simultan dan parsial dari variabel bebas yaitu Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk, variabel terikat Keputusan Pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dimana dalam penelitian ini menggunakan perhitungan *purposive sampling* dan rumus Hair. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan parfum mykonos di wilayah perwira bekasi utara yang berjumlah sebanyak 112 responden. Dengan pengolahan data menggunakan SPSS 27. Berdasarkan hasil penelitian, dalam uji parsial (T) variabel Brand Image memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan nilai sig sebesar 0,048 yang lebih kecil dari 0,05, serta nilai t-hitung sebesar 1,999 yang lebih besar dari t-tabel 1,981. Dan variabel Harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai sig sebesar 0,033 yang lebih kecil dari 0,05, serta nilai t-hitung sebesar 2,155 yang lebih besar dari t-tabel yaitu 1,981. Dan variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai sig sebesar 0,001, yang lebih kecil dari 0,05, serta nilai t-hitung sebesar 5,530 lebih besar dari t-tabel 1,981. Selanjutnya dalam uji simultan (F) Variabel Brand Image, Harga dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dengan nilai.sig sebesar 0,001, yang lebih kecil dari 0,05 dan nilai f hitung 47.364 lebih besar dari f tabel yaitu 2,69. Kemudian uji determinasi (R^2) dihasilkan bahwa korelasi antara tiga variabel Brand Image (X_1), Harga (X_2) dan Kualitas Produk (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 55,6 %.

Kata Kunci: Brand Image, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Andika Budi Saputra 202110325273. *“The Influence of Brand Image, Price, and Product Quality on Purchase Decisions of Mykonos Perfume in Perwira, North Bekasi.”*

This study aims to determine both the simultaneous and partial effects of the independent variables—Brand Image, Price, and Product Quality—on the dependent variable, Purchase Decision. The research uses a quantitative method, employing purposive sampling and Hair’s formula for determining the sample size. The population consists of all consumers using Mykonos perfume in the Perwira area of North Bekasi, totaling 112 respondents. Data processing was conducted using SPSS version 27. Based on the research findings, the partial test (t-test) shows that the Brand Image variable has a positive and significant partial effect on Purchase Decisions, with a significance value of 0.048 (less than 0.05) and a t-value of 1.999 (greater than the t-table value of 1.981). The Price variable also has a positive and significant partial effect, with a significance value of 0.033 and a t-value of 2.155. Furthermore, the Product Quality variable exhibits a positive and significant partial effect on Purchase Decisions, with a significance value of 0.001 and a t-value of 5.530. Simultaneously, the F-test indicates that Brand Image, Price, and Product Quality together have a positive and significant effect on Purchase Decisions, with a significance value of 0.001 and an F-value of 47.364 (greater than the F-table value of 2.69). The coefficient of determination (R^2) test reveals that the combined influence of Brand Image (X_1), Price (X_2), and Product Quality (X_3) on Purchase Decision (Y) accounts for 55.6%.

Keywords: *Brand Image, Price, Product Quality, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan Karunia Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Parfum *Mykonos* di Perwira Bekasi Utara” guna memenuhi salah satu syarat untuk melanjutkan penelitian tugas akhir.

Pada kesempatan ini penulis tidak lupa untuk menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan dan bantuan, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini, terutama kepada:

1. Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, SH., MM., Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Supriyanto, S.E., M.M selaku dosen pembimbing akademik.
5. Dr. Novita Wahyu. S, S.E., M. selaku dosen pembimbing I yang telah Meluangkan waktu, tenaga, saran dan semangat yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal ini dengan semaksimal mungkin.
6. Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, S.T., M.M selaku dosen pembimbing II yang telah Meluangkan waktu, tenaga, saran dan semangat yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal ini dengan semaksimal mungkin.

7. Terima kasih kepada Ayah, Ibu, dan adik penulis serta keluarga besar saya yang telah memberikan doa, dukungan, semangat dan material dalam proses menyelesaikan tugas akhir penulis.
8. Terima kasih kepada sahabat seperjuangan saya yang telah banyak berpartisipasi dalam pembuatan Proposal ini, serta memberikan dukungan, kebersamaan dan membuat penulis optimis dalam mengerjakan semua ini sampai dengan selesai.



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.5 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	17
2.1 Telaah Teoritis	17
2.1.1 Teori Manajemen Pemasaran.....	17
2.1.2 Teori Perilaku Konsumen	17
2.2 Keputusan Pembelian	19
2.2.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	19
2.2.2 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian	19
2.2.3 Dimensi Keputusan Pembelian.....	20
2.2.4 Indikator Keputusan Pembelian.....	22
2.3 Brand Image	23
2.3.1 Definisi Brand Image.....	23
2.3.2 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Brand Image	24
2.3.3. Dimensi Brand Image	25
2.3.4 Indikator Brand Image	27

2.4 Harga	28
2.4.1 Definisi Harga.....	28
2.4.2 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Harga	29
2.4.3 Dimensi Harga	32
2.4.4 Indikator Harga	33
2.5 Kualitas Produk	33
2.5.1 Definisi Kualitas Produk.....	33
2.5.2 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kualitas Produk	34
2.5.3 Dimensi Kualitas Produk	35
2.5.4 Indikator Kualitas Produk.....	37
2.6 Telaah Empiris.....	39
2.7 Kerangka Konseptual	45
2.8 Hipotesis Penelitian.....	45
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Jenis Penelitian	47
3.1.1 Desain Penelitian	47
3.1.2 Variabel Penelitian	48
3.2 Populasi dan Sampel.....	48
3.2.1 Populasi.....	48
3.2.2 Sampel	49
3.3 Jenis dan Sumber Data	50
3.3.1 Data Primer.....	51
3.3.2 Data Sekunder.....	51
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.5 Definisi Operasi Variabel	53
3.6 Teknik Analisis Data.....	55
3.6.1 Uji Validitas	56
3.6.2 Uji Reliabilitas	56
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	57
3.7.1 Uji Normalitas.....	57
3.7.2 Uji Multikolinearitas.....	58
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	59

3.8 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
3.9 Uji Hipotesis.....	61
3.9.1 Analisis Koefisien Determinasi	63
3.10 Metode Analisis Data	64
3.10.1 Pengolahan Data	64
3.10.2 Analisis Statistik Data.....	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	68
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	68
4.1.1 Profil <i>Mykonos</i>	68
4.1.2 Logo	69
4.1.3 Visi Dan Misi <i>Mykonos</i>	69
4.2 Deskripsi Data	70
4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....	70
4.2.2 Identitas Responden.....	71
4.3 Hasil Data	75
4.3.1 Uji Validitas	75
4.3.2 Uji Reliabilitas	78
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	78
4.4.1 Uji Normalitas.....	78
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	80
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	81
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	82
4.6 Uji Hipotesis.....	83
4.6.1 Uji Parsial (Uji T)	83
4.6.2 Uji Simultan (Uji F).....	85
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	86
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	87
4.7.1 Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.....	87
4.7.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	88
4.7.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap keputusan Pembelian.....	88
4.7.4 Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	89

4.7.5 Koefisien Determinasi	90
BAB V PENUTUP	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Keterbatasan Penelitian	92
5.3 Saran	93
DAFTAR PUSTAKA.....	94



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Pra survei Parfum Mykonos	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 3. 1 Skala Likert	53
Tabel 3. 2 Operasional Variabel	54
Tabel 4. 1 Mekanisme Penyebaran Kuesioner	70
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	71
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	72
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	73
Tabel 4. 5 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian	74
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Brand Image (X1)	75
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Harga (X2)	76
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X3)	76
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	77
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas	78
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas.....	79
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	80
Tabel 4. 13 Hasil Uji Analisis Linear Berganda.....	82
Tabel 4. 14 Hasil Uji T.....	84
Tabel 4. 15 Hasil Uji F	86
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pendapat Segmen parfum Di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Parfum Mykonos Dengan Berbagai Ukuran	3
Gambar 1. 3 Top 10 Brand Parfum Lokal Terlaris di E-Commerce	4
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	45
Gambar 3. 1 Penduduk Bekasi Utara Subdistrict.....	49
Gambar 4. 1 Logo Mykonos	69
Gambar 4. 2 Jenis Kelamin Responden	71
Gambar 4. 3 Usia Responden.....	72
Gambar 4. 4 Pekerjaan Responden	73
Gambar 4. 5 Frekuensi Pembelian	74
Gambar 4. 6 Hasil Uji Normalitas.....	79
Gambar 4. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	81



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Uji Plagiarisme.....	100
Lampiran 2 Hasil Uji Referensi	104
Lampiran 3 Lembar Kuisisioner	114
Lampiran 4 Petunjuk Pengisian Kuisisioner.....	115
Lampiran 5 Daftar Pernyataan	117
Lampiran 6 Hasil Tabulasi Data Responden	120
Lampiran 7 Hasil Uji Data Penelitian	132
Lampiran 8 Tabel r	141
Lampiran 9 Tabel t	145
Lampiran 10 Tabel f	149
Lampiran 11 Buku Bimbingan.....	153
Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup.....	158

